



PELAKSANA EKSPOR

PELAKSANA EKSPOR

Dr. Wier Ritonga, SE., MM.
Dr. Rita Zahara



Dr. Wier Ritonga, SE., MM.
Dr. Rita Zahara, SE., MM.

 MK Press

Gedung Papaya Lt. 2.
Jl. Margorejo Indah 60 - 68, Surabaya - Indonesia
Phone : +62-31-99842196
Email : admin@muarakarya.com

ISBN 978-623-7960-18-0



9 786237 669180

PELAKSANA EKSPOR

Dr. Wier Ritonga, SE., MM.

Dr. Rita Zahara, SE., MM.



Penerbit:
PT. Muara Karya (Anggota IKAPI)
Surabaya, 2021

Judul:

Pelaksana Ekspor

Oleh : Dr. Wier Ritonga, SE., MM.
Dr. Rita Zahara, SE., MM.

Hak Cipta © pada Penulis

Editor : Kukuh Lukiyanto
Desain Cover : Ezra Eldo S.
Penerbit : PT. Muara Karya
ISBN : 978-623-7669-18-0

Diterbitkan oleh :



PT. Muara Karya (IKAPI)

Gedung Papaya Lt. 2.

Jl. Margorejo Indah 60 - 68,
Surabaya 12620 – Indonesia

Phone : +62-31-99842196

Fax : +62-31-99842196

Email : admin@muarakarya.com

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanis, termasuk memfotocopy, merekam atau dengan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari penulis.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan YME, atas hikmat dan anugerahNya sehingga buku ini bisa terselesaikan. Kami juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan dorongan semangat sehingga proses penulisan buku ini selesai.

Buku Pelaksana Ekspor membahas tentang produk ekspor potensial, pengembangan produk ekspor, mengemas produk, pasar tujuan ekspor, biaya serta harga jual ekspor, korespondensi ekspor, kontrak dagang ekspor, dokumen kepabeanan ekspor, pemeriksaan fisik ekspor, memuat produk ke dalam peti kemas dan pengangkutan produk ekspor. Buku ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada para pembaca tentang seluk beluk ekspor barang.

Akhirnya, kami berharap buku ini bisa membawa manfaat bagi semua pembaca. Tidak ada kesempurnaan dalam setiap ide atau gagasan, oleh sebab itu tanggapan, masukan maupun koreksi sangat diharapkan demi kesempurnaan buku ini di masa depan.

Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	ix
Bab I Produk Eskpor Potensial	1
1.1 Identifikasi produk ekspor	2
1.2 Menyusun hasil identifikasi	9
Bab II Adaptasi, pengadaan dan pengembangan produk ekspor	13
2.1 Identifikasi permintaan pasar ekspor	13
2.2 Adaptasi produk ekspor	22
2.3 Mengembangkan produk ekspor	43
Bab III Mengemas produk ekspor	53
3.1 Mempersiapkan kemasan produk ekspor	53
3.2 Mengemas produk ekspor	64
3.3 Melabel produk ekspor	68
Bab IV Pasar tujuan ekspor	73
4.1 Identifikasi pasar tujuan ekspor	73
4.2 Menyusun pasar tujuan ekspor potensial	80
Bab V Biaya dan harga jual ekspor	86
5.1 Mengidentifikasi komponen biaya ekspor	86
5.2 Menghitung biaya (<i>costing</i>)	94
5.3 Menetapkan harga jual produk ekspor	98
Bab VI Korespondensi ekspor	110
6.1 Menyiapkan korespondensi ekspor	110
6.2 Melaksanakan korespondensi ekspor	120
Bab VII Kontrak dagang ekspor	126

7.1 Menyiapkan kontrak ekspor.....	126
7.2 Melaksanakan penyusunan kontrak penjualan produk ekspor	131
Bab VIII Dokumen kepabeanaan ekspor	142
8.1 Tata niaga ekspor	142
8.2 Menyiapkan pemberitahuan ekspor barang (PEB)	149
8.3 Mengurus PEB dan dokumen terkait	159
8.3.1 Melaksanakan pembayaran bea keluar	160
8.3.2 Mengajukan PEB ke kantor Bea dan cukai di pelabuhan muat	164
8.3.3 Mendokumentasikan setelah PEB diterima, NPE	164
8.3.4 Mengajukan PEB lagi bila ditolak dengan Notul	165
8.4 Mengurus fasilitas kepabeanaan di bidang ekspor	169
Bab IX Pemeriksaan fisik produk ekspor	172
9.1 Mempersiapkan pemeriksaan fisik produk ekspor	172
9.1.1 Menyiapkan produk ekspor yang akan diperiksa	173
9.1.2 Mengidentifikasi produk ekspor yang terkena pemeriksaan karantina dan pembatasan ekspor	174
9.1.3 Mempersiapkan dokumen aplikasi pemeriksaan fisik produk ekspor	177
9.1.4 Melakukan koordinasi dengan pihak terkait	177
9.2 Melaksanakan pemeriksaan fisik produk ekspor	178
9.2.1 Menetapkan tempat pelaksanaan pemeriksaan fisik	178
9.2.2 Melaksanakan pemeriksaan fisik sesuai prosedur yang berlaku.....	179
9.2.3 Mendokumentasikan hasil pemeriksaan fisik produk ekspor	182
Bab X Dokumen produk ekspor	185
10.1 Menyiapkan dokumen yang diperlukan dalam kegiatan ekspor	185
10.2 Melaksanakan pengurusan dokumen produk ekspor	191
Bab XI Memuat produk ekspor ke dalam peti kemas	208
11.1 Menyiapkan pemuatan produk ekspor ke dalam peti kemas	208
11.1.1 Menyiapkan produk ekspor dan kemasannya yang akan dimuat.....	209
11.1.2 Menetapkan jadwal kapal	210
11.1.3 Melakukan koordinasi dengan surveyor untuk menginspeksi	216
11.1.4 Menyiapkan peralatan dan kelengkapan peti kemas,pallet,plastik	219
11.2 Memperhitungkan kuantitas produk ekspor yang akan dimuat	222
11.3 Melaksanakan pemuatan produk ekspor ke dalam peti kemas.....	227
Bab XII Pengangkutan produk ekspor	233
12.1 Menyiapkan pelaksanaan pengangkutan produk ekspor	233

12.1.1 Menyampaikan <i>shipping instruction</i> kepada perusahaan sarana pengangkutan produk ekspor	234
12.1.2 Menerbitkan surat pengantar barang.....	236
12.1.3 Mengkomunikasikan dokumen ekspor kepada pihak pembeli	238
12.2 Melaksanakan koordinasi pengangkutan produk ekspor	240
12.2.1 Mengkoordinasikan pengangkutan produk ekspor selama dalam perjalanan dengan pihak terkait	241
12.2.2 Menangani penanganan produk tertentu secara khusus	242
12.2.3 Mendokumentasikan pengangkutan produk ekspor.....	243
Daftar Pustaka	245
Tentang Penulis	247

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta ekspor impor pertanian	6
Gambar 1.2 Perkembangan ekspor Indonesia berdasarkan sektor	12
Gambar 2.1 Kurva perdagangan internasional	18
Gambar 2.2 Komponen indeks produk unggulan.....	21
Gambar 2.3 Rencana pengembangan produk.....	45
Gambar 5.1 Prosedur ekspor	88
Gambar 8.1 <i>Flowchart</i> kepabeanaan ekspor	148
Gambar 11.1 Alur logistik peti kemas	213
Gambar 11.2 Ukuran peti kemas.....	226
Gambar 12.1 Skema <i>sales contract</i>	241

BAB I PRODUK EKSPOR POTENSIAL

Ekspor merupakan bagian yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara. Kegiatan ekspor memberikan lapangan kerja bagi banyak orang serta menghasilkan devisa yang sangat diperlukan untuk membiayai pembangunan. Pemulihan ekonomi berdasarkan pengalaman beberapa negara dapat dipercepat melalui dua faktor, yaitu peningkatan konsumen dalam negeri dan meningkatkan ekspor. Peningkatan ekspor akan meningkatkan devisa negara, meningkatkan investasi, dan selanjutnya meningkatkan pendapatan masyarakat.

Pengertian ekspor menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), adalah pengiriman barang dagangan ke luar negeri. Beberapa istilah lain terkait ekspor adalah sebagai berikut:

Mengekspor : mengirimkan barang dagangan ke luar negeri.

Pengekspor : pedagang besar yang mengirimkan barang-barang dagangan ke luar negeri.

Pengeksporan: cara, proses, perbuatan dengan mengirim barang dagangan ke luar negeri.

Eksportir : orang atau pihak yang melakukan kegiatan ekspor disebut eksportir.

Impor adalah kebalikan dari ekspor, yaitu kegiatan pemasukan barang dan lainnya dari luar negeri. Ekspor impor merupakan bisnis internasional (*International Business*) atau transaksi perdagangan internasional (*International Trade*). Perdagangan internasional adalah perdagangan yang melibatkan para pihak lebih dari satu negara. Alasan suatu negara melakukan ekspor impor adalah berdasarkan kondisi di mana tidak ada negara yang mampu mandiri, satu sama lain saling membutuhkan. Setiap negara memiliki karakteristik berbeda, mulai dari geografi, iklim, sumber daya alam, demografi, struktur ekonomi hingga

struktur sosial. Perbedaan tersebut berakibat pada perbedaan komoditas yang dihasilkan, komposisi biaya yang diperlukan serta kualitas dan kuantitas produk. Setiap negara memiliki sumber daya tertentu, pada waktu yang sama suatu negara mungkin kekurangan sumber daya lain untuk meningkatkan dan mengembangkan ekonominya. Sebagai contoh, beberapa negara kaya akan mineral dan logam mulia atau bahan bakar fosil, yang lain mengalami kekurangan sumber daya ini. Beberapa negara memiliki sistem atau infrastruktur pendidikan yang sangat maju, sementara yang lain tidak.

Dalam Hukum Ekspor Impor (2014), Adrian Sutedi berpendapat bahwa perdagangan internasional dilakukan melalui perjanjian jual beli, yang selanjutnya lebih dikenal dengan perjanjian ekspor impor. Purwosutjipto dalam Hukum Dagang Indonesia (1984), berpendapat bahwa pelaksanaan perjanjian impor ekspor mengandung dua unsur yakni pembayaran dan penyerahan dari penjual kepada pembeli. Pembayaran ekspor impor umumnya dilakukan dengan memakai devisa, yaitu alat pembayaran luar negeri. Jadi dapat disimpulkan bahwa transaksi ekspor impor merupakan transaksi sederhana, seperti halnya aktivitas jual beli jasa atau barang antara pengusaha-pengusaha yang berada di negara yang berbeda.

Peningkatan kegiatan ekspor dapat memberikan keuntungan bagi negara, dimana negara mendapatkan peningkatan pendapatan yaitu dari pajak barang yang di ekspor. Peningkatan ekspor juga akan memacu tumbuhnya perusahaan asuransi, perusahaan transportasi, dan perusahaan penghasil barang yang di ekspor. Oleh karena itu, pemerintah terus meningkatkan usaha-usaha yang dapat mendorong kegiatan ekspor.

1.1 Identifikasi Produk Ekspor

Widjaja dan Yani (2000) dalam Transaksi Bisnis Internasional menerangkan, diperlukan pertukaran barang dan atau jasa antar negara

dalam bentuk suatu hubungan perdagangan untuk memenuhi kebutuhan tiap-tiap negara tersebut. Proses perdagangan itu sendiri tidak dilakukan oleh negara secara langsung tetapi dilakukan antar perusahaan. Biasanya negara hanya memfasilitasi atau membuka jalan agar terjadi hubungan antar perusahaan di masing-masing negara.

Suatu perusahaan mengekspor produknya dengan beberapa tujuan, antara lain:

- Menjual produk yang tidak bisa diserap oleh pasar dalam negeri
- Menjual produk dengan harga lebih tinggi
- Memperluas area pemasaran
- Meningkatkan volume penjualan
- Pertukaran produk/bahan baku

Meskipun demikian tidak bisa semua barang bisa diekspor negara lain, kebutuhan akan produk menjadi penentu utama.

Perbedaan bahasa, budaya, daya beli dan tingkat ekonomi antar negara menyebabkan tidak semua produk bisa diekspor ke semua negara. Suatu produk untuk bisa diterima dinegara lain adakalanya harus dilakukan penyesuaian dengan kondisi negara tujuan. Disinilah perlunya dipersiapkan dengan baik sebuah produk berdasarkan negara tujuan. Akibat dari kondisi ini adalah jenis produk yang sama bisa memiliki karakteristik yang berbeda untuk tujuan ekspor yang berbeda. Misalnya dari segi warna, ukuran, kualitas dan hal lain, bisa berbeda untuk tujuan ekspor negara-negara di Asia dan Eropa.

Menjual produk keluar negeri (ekspor) memang sangat menjanjikan, tetapi berdasarkan kondisi yang dijelaskan diatas, perlu kehati-hatian dalam melakukannya. Dalam perdagangan internasional ada ikatan kontrak yang harus dipatuhi kedua belah pihak. Kegagalan memenuhi kontrak yang disepakati sudah ditetapkan juga risiko yang ditanggung masing-masing pihak.

Langkah pertama yang harus dilakukan untuk melakukan ekspor adalah mengidentifikasi produk yang akan diekspor. Mengidentifikasi produk adalah terkait dengan:

- Jumlah permintaan produk
- Ketersediaan produk
- Harga jual produk
- Kesepakatan tentang karakteristik produk

Semua produk memiliki peluang untuk diekspor, tetapi mengingat keempat hal tersebut diatas, tidak semua produk memungkinkan untuk diekspor. Jika tidak berhati-hati, ekspor yang diharapkan mampu meningkatkan keuntungan perusahaan justru akan membawa kerugian yang besar.

Langkah selanjutnya adalah mempelajari/mengetahui berbagai informasi yang berkaitan dengan prospek, peraturan dan ketentuan tentang produk tersebut baik didalam negeri maupun di negara tujuan. Salah satunya harus mengetahui tentang kode produk/komoditi yang diekspor dalam perdagangan internasional. Kode seperti ini sudah disepakati secara internasional dalam *Harmonized Code System*. Disitu sudah ditetapkan ketentuan/aturan perdagangan internasional terkait masing-masing produk.

Hal lain yang harus dipahami dalam melakukan ekspor adalah terkait dengan keunggulan produk. Setiap negara menginginkan produknya bisa diekspor kenegara lain, akibatnya terjadi persaingan antar negara produsen untuk merebut hati negara konsumen. Disinilah perlunya keunggulan produk yang akan diekspor. Kemampuan suatu produk bersaing di pasar global (ekspor) adalah kuncinya, hanya produk-produk yang memiliki potensi dalam negeri dan berdaya saing tinggi di pasar internasional yang mampu bertahan.

Pemerintah Indonesia sudah berusaha membantu para eksportir menghadapi persaingan ini. Upaya yang dilakukan adalah dengan memetakan produk dalam negeri yang memiliki potensi ekspor. Gambaran dari produk-produk yang perlu dikembangkan ekspornya disusun dalam satu buku yang kemudian disebut profil produk. Berdasarkan informasi ini eksportir bisa mengidentifikasi dan meneliti secara seksama peluang yang ada.

Peta Potensi Wilayah Produk Ekspor

Eksportir tidak hanya berfokus pada proses mencari pasar diluar negeri, yang biasanya dilakukan dengan mempelajari kebutuhan produk di negara-negara tujuan. Eksportir harus memahami dan tahu peta wilayah produk ekspor dalam negeri. Kemampuan mendapatkan pesanan dari luar negeri akan menjadi bumerang jika tidak diimbangi kemampuan menyediakan produk yang dibutuhkan. Disinilah perlunya pemahaman peta potensi wilayah produk ekspor.

Sebagai contoh, untuk memenuhi permintaan batubara eksportir harus tahu dimana saja terdapat tambang batubara. Lebih detail lagi berapa potensi produksinya, siapa perusahaan penambangnya dan sebagainya. Informasi tersebut akan membantu eksportir membuat strategi apa yang harus dilakukan untuk memenuhi permintaan dari pasar diluar negeri. Gambar 1.1 menunjukkan contoh peta produk ekspor untuk bidang pertanian. Secara lebih detail untuk wilayah, jenis dan potensi produknya bisa dicari dari sumber-sumber yang tersedia.

Peta potensi produk ekspor tidak bisa berdiri sendiri, informasi pendukung lain juga masih diperlukan. Misalnya dari jenis produk yang ada wilayah mana yang menjadi tujuan ekspor potensial. Diketuinya negara tujuan bisa digunakan untuk menyesuaikan permintaan dari wilayah mana produk harus diambil. Setiap daerah dengan potensi produk ekspor yang sama masing-masing memiliki karakteristik produk yang

mungkin berbeda, sehingga memungkinkan negara tujuan ekspornya juga akan berbeda.

Gambar 1.1 Peta Ekspor Impor Pertanian



Sumber: <https://tabloidsinartani.com/>

Berikut beberapa peta potensi produk ekspor Indonesia dan negara tujuan ekspornya:

1. TPT (Tekstil Dan Produk Tekstil)

Produk ini banyak berasal dari Jawa barat dan Jawa Tengah, barang-barang yang dihasilkan yaitu bahan baku seperti serat dan benang hingga produk jadi seperti pakaian dan sejenisnya. Perkiraan dalam pertumbuhan akan terus berkembang dalam konsumsi yang lebih tinggi di seluruh dunia. negara tujuan barang-barang ini antara lain: Amerika Serikat, Jepang, Jerman, Inggris, Malaysia, Turki, Korea Selatan, Italia, dan lain-lain.

2. Karet dan Produk-Produknya

Daerah penghasil utama adalah Sumatra dan Sulawesi, meskipun industri pengolahannya untuk membuat produk karet sintetis, kualitas karet murni banyak di Jawa. Indonesia adalah salah satu

negara yang dapat menghasilkan karet dalam jumlah besar. Negara tujuan ekspor karet Indonesia antara lain: Korea Selatan, India, Kanada, Prancis, Argentina, Amerika Serikat, dan Australia.

3. Sawit

Indonesia termasuk salah satu negara terbesar yang mengekspor produk minyak sawit ke pasar Eropa. Sekitar lebih dari 26 negara besar di Eropa telah mengimpor produk tersebut. Beberapa di antaranya seperti: Belanda, Rusia, Swedia, Inggris, sampai Yunani. Produk sawit Indonesia dihasilkan dari Kalimantan, Sumatra, Sulawesi dan beberapa daerah lainnya.

4. Elektronik

Pabrik elektronik tersebar di pulau Jawa, mulai dari Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Jawa Timur. Banyak dari kita tidak mengetahui bahwa produk elektronik negara kita yang diekspor ke luar negeri. Diantaranya dalam suatu produk seperti panel elektronik, peralatan kantor elektronik, komponen listrik, peralatan audio dan video, baterai, dan lain sebagainya. Negara yang menjadi tujuan untuk produk elektronik ini antara lain: Singapura, Korea, Vietnam, Belanda, dan Uni Emirat Arab.

5. Hasil Hutan

Hasil hutan berasal dari hampir seluruh wilayah Indonesia. Hasil hutan yang paling banyak diekspor termasuk kayu, furnitur dan kertas. Indonesia adalah suatu negara kepulauan dan dengan hutan yang luas tentu mempunyai sumber daya alam yang melimpah. Jadi jangan heran jika nilai ekspor dari sektor ini mencapai lebih dari \$ 5 miliar per tahun. Beberapa negara yang sasaran untuk diekspor hasil hutan antara lain: Arab Saudi, Amerika Serikat, Jepang, India, Australia, dan Prancis.

6. Alas Kaki

Produk alas kaki diproduksi di wilayah Jawa, alas kaki dalam komoditas yang diekspor yakni termasuk dalam beberapa kategori, termasuk kategori alas kaki untuk produk keamanan, mode, dan olahraga. Contohnya termasuk sepatu bot, sepatu olahraga, sandal dan sepatu hak tinggi dengan berbagai bahan seperti karet, kulit, dan plastik. Negara yang menjadi tujuan ekspor beberapa produk tersebut, diantaranya adalah: Meksiko, Australia, Singapura, Jerman, dan Belgia.

9. Kopi

Salah satu negara terbesar dengan judul eksportir kopi dan menawarkan berbagai jenis kopi berkualitas adalah Indonesia. Seperti Mandaling, Robusta, dan varietas khusus seperti kopi Luwak, Toraja, dan kopi Aceh yang dikenal mempunyai suatu nilai jual tertinggi di dunia. Kopi dari ekstraksi benih dalam pencernaan hewan luwak sangat langka di pasar internasional, sehingga harga jualnya mahal.

10. Kakao

Sulawesi merupakan sentra produk kakao, biji coklat atau kakao yang telah dikeringkan dan mengalami berbagai proses seperti fermentasi dan ekstraksi adalah bahan dasar dari berbagai produk coklat dan makanan lainnya. Sasaran produk ini antara lain negara-negara seperti: Jepang, Kanada, Spanyol, Selandia Baru, Amerika dan lain-lain.

Peta produk ekspor potensial memang membantu eksportir atau siapapun yang berkepentingan. Tetapi perlu diingat, peta ini bukanlah sebuah paten yang tidak pernah berubah, justru sebaliknya peta ini akan selalu berubah seiring dengan perubahan waktu. Bisa saja potensi industri hasil hutan saat ini ada di Kalimantan, tetapi dalam beberapa tahun kedepan

berpindah ke pulau Jawa. Di Jawa banyak budidaya hasil hutan sementara di Kalimantan hanya mengandalkan hutan alam. Oleh sebab itu eksportir harus selalu melakukan verifikasi terhadap peta produk ekspor potensial untuk menghindari kesalahan menyusun strategi akibat perubahan informasi.

1.2 Menyusun Hasil Identifikasi

Perbedaan komparatif dan kompetitif antar negara yang mendasari perdagangan internasional mengharuskan sebuah negara untuk mengamankan kepentingan nasionalnya. Hampir semua negara di dunia membuat hambatan perdagangan terutama impor agar arus barang yang masuk dapat terkontrol. Di samping itu, perbedaan keunggulan komparatif dan kompetitif juga menjadi dasar sebuah negara untuk meningkatkan ekspor dengan menetapkan kebijakan-kebijakan yang mendukung pelaku domestik.

Menghadapi kondisi ini eksportir tentu harus berhati-hati dalam menjalankan bisnisnya. Banyaknya hambatan harus diatasi dengan perencanaan yang matang. Strategi yang akan diterapkan harus didasarkan pada hasil penelitian yang cermat dengan didukung data yang valid sehingga hasilnya seperti yang diharapkan.

Hasil identifikasi produk ekspor potensial dan peta wilayah penghasil produk perlu disusun secara sederhana untuk memudahkan penggunaannya. Seringkali perusahaan hanya mengambil data yang dibutuhkan saat ini saja, sementara data yang lain dibuang. Ini merupakan kesalahan yang sebenarnya bisa dihindari. Era teknologi dengan proses penyimpanan data yang mudah sangat membantu menyimpan data yang mungkin belum dibutuhkan. Kecepatan menyajikan data akan membuat perusahaan mampu merespon dengan cepat sebuah permintaan produk.

Bagi eksportir produk yang dijual akan terus ditambah untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. Ditambah dalam arti jumlah

maupun jenisnya. Untuk memenuhi keinginan ini harus ada strategi yang disiapkan, sementara menyusun strategi harus ada dukungan data yang lengkap. Permintaan produk ekspor yang kadang memerlukan waktu singkat akan sangat terbantu dengan ketersediaan data ini.

Dalam proses penyusunan data hasil identifikasi tidak ada standar baku. Masing-masing perusahaan memiliki gaya dan cara yang berbeda-beda menyesuaikan dengan kebutuhan. Ada perusahaan menggunakan program komputer yang dirancang khusus, ada yang menggunakan program umum, ada yang menggunakan *worksheed* biasa, bahkan ada juga yang hanya menyimpan dalam bentuk catatan-catatan. Yang pasti kemudahan dan kesesuaian dengan kebutuhan menjadi pertimbangan utama dalam penyusunan data ini.

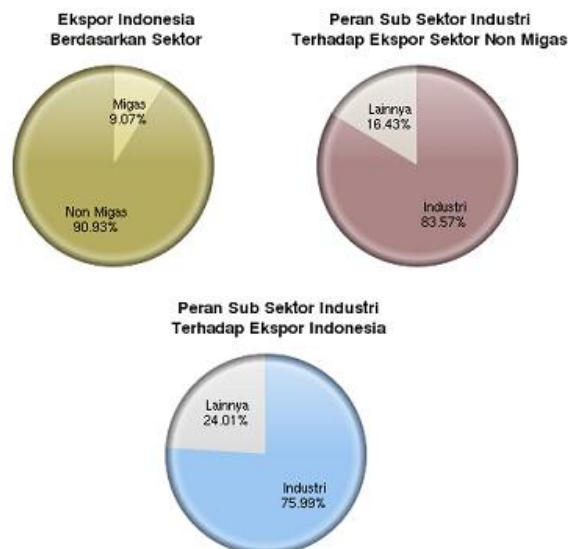
Jika memungkinkan berdasarkan peta wilayah potensial produk ekspor bisa dikembangkan menjadi data lebih detail lagi. Data seperti jenis produk, spesifikasi produk, potensi ketersediaan, nama produsen bisa disebut *Products Mapping*. *Products Mapping* diperlukan untuk memudahkan mencari keunggulan komparatif dan memudahkan mendapatkan pasokan produk yang dibutuhkan. Selain itu *produk mapping* bisa digunakan untuk membuat penawaran produk baru kepada negara tujuan. Diketahuinya potensi dan spesifikasi produk potensial ekspor memberikan peluang baru bagi eksportir untuk menambah jenis produk yang dijual. Contoh informasi yang ada dalam *Produk Mapping* adalah:

1. Nama produk
2. Negara tujuan ekspor
3. Jenis/kualitas
4. Harga
5. Potensi produksi
6. Lokasi produsen
7. Nama Produsen

Selain tujuh *item* tersebut diatas masih bisa ditambahkan informasi lain sesuai kebutuhan, seperti: proses pengiriman, waktu produksi, musim produksi, dan sebagainya. Informasi yang dibutuhkan bisa berbeda satu perusahaan dengan perusahaan lain.

Data-data seperti ini juga akan sangat diperlukan untuk membuat perencanaan kedepan. Seperti kita ketahui perusahaan yang bergerak dibidang yang sama mungkin banyak, sehingga persaingan untuk mendapatkan barang juga menjadi ketat. Gambar 1.2 menunjukkan perkembangan ekspor Indonesia yang terus meningkat. Artinya permintaan akan satu produk bisa jadi akan terus meningkat sementara mungkin ketersediaan produk tetap. Adanya peta dan data produk akan memudahkan eksportir mencari sumber-sumber lain yang lebih murah dan mudah sehingga target yang ditetapkan akan tercapai.

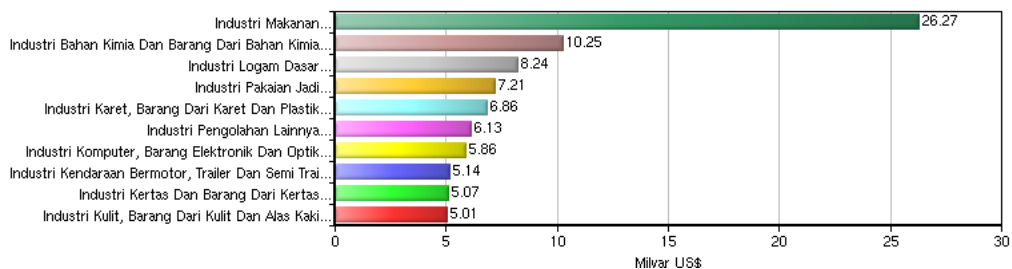
Gambar 1.2 Perkembangan Ekspor Indonesia berdasarkan sektor



(Dalam ribuan US\$)

Sektor	2012	2013	2014	2015	2016	Peran Th. 2016 (%)
I. MIGAS	36.977.261,4	32.633.031,3	30.331.863,8	18.551.929,6	13.105.454,1	9,07%
1. Industri Pengolahan	4.172.515,8	4.309.677,7	3.627.826,9	1.766.386,0	916.385,2	0,63%
2. Pertambangan	32.804.745,6	28.323.353,6	26.704.036,9	16.785.543,5	12.189.068,9	8,44%
II. NON MIGAS	153.043.004,7	149.918.763,4	145.960.796,5	131.730.327,3	131.384.371,7	90,93%
1. Pertanian	3.597.679,8	3.598.497,8	3.373.241,8	3.725.342,7	3.436.233,5	2,38%
2. Industri Pengolahan	118.115.188,9	115.158.610,5	119.753.706,4	108.598.960,8	109.797.311,7	75,99%
3. Pertambangan	31.322.920,7	31.154.290,3	22.827.379,1	19.400.115,5	18.145.962,6	12,56%
4. Lainnya	7.215,3	7.364,8	6.469,2	5.908,3	4.863,9	0,00%
TOTAL	190.020.266,0	182.551.794,7	176.292.660,3	150.282.256,9	144.489.825,8	100,00%

Sepuluh Kelompok Hasil Industri dengan Nilai Ekspor Terbesar (Milyar US\$)



sumber: <https://kemenperin.go.id/statistik/peran.php?ekspor=1>

BAB II

ADAPTASI, PENGADAAN & PENGEMBANGAN PRODUK EKSPOR

2.1. Identifikasi Permintaan Pasar Ekspor

Dalam ekonomi, definisi permintaan ialah perpaduan jumlah dan harga suatu barang yang ingin dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga suatu periode tertentu. Pendapatan dan harga barang akan mempengaruhi jumlah permintaan suatu barang. Jika harga barang naik sedangkan pendapatan tetap atau tidak berubah maka permintaan barang tersebut akan turun. Sebaliknya, apabila harga barang turun, dan pendapatan tetap atau tidak berubah maka permintaan barang akan bertambah atau mengalami kenaikan (Soekirno, 1985 dalam Firdaus dan Arianti, 2013).

Hal yang sama terjadi pada produk ekspor, kenaikan pendapatan negara tujuan ekspor akan mempengaruhi tingkat permintaan dari produk tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan, antara lain:

- Harga Barang itu Sendiri

Jumlah barang yang diminta konsumen dipengaruhi oleh harga barang. Apabila harga naik maka jumlah permintaan barang tersebut akan meningkat, begitu juga sebaliknya apabila harga turun maka jumlah permintaan barang akan turun.

- Harga Barang Komplementer (Pelengkap)

Barang komplementer dapat mempengaruhi permintaan barang/jasa. Contohnya sepeda motor, barang pelengkapya adalah bensin. Jika harga bensin mengalami kenaikan, maka orang yang ingin membeli sepeda motor cenderung akan turun, begitu pula sebaliknya.

- **Harga Barang Substitusi (Pengganti)**

Jika harga barang pengganti lebih murah maka orang akan beralih pada barang substitusi tersebut, namun jika harga barang pengganti mengalami kenaikan maka orang akan tetap memakai barang semula.
- **Selera Konsumen**

Apabila terjadi peningkatan pada selera konsumen terhadap barang tertentu, maka permintaan terhadap barang juga akan meningkat. Contohnya tidak sedikit orang yang memakai *handphone* dengan fasilitas musik dan *game*, sebab selera konsumen terhadap barang tersebut tinggi, maka terjadi peningkatan permintaan pada *handphone* dengan fasilitas musik dan *game*.
- **Pendapatan**

Jika pendapatan yang diperoleh tinggi, akibatnya permintaan akan barang dan jasa juga semakin tinggi. Sebaliknya apabila pendapatannya mengalami penurunan, maka kemampuan untuk membeli barang akan turun, sehingga jumlah barang juga akan turun.
- **Intensitas Kebutuhan Konsumen**

Intensitas kebutuhan konsumen berpengaruh terhadap jumlah barang yang diminta konsumen. Jika kebutuhan terhadap suatu barang atau jasa yang sangat mendesak, maka berakibat permintaan terhadap barang atau jasa tersebut tinggi. Sebaliknya jika kebutuhan terhadap barang atau jasa tersebut tidak mendesak, maka permintaan masyarakat terhadap barang atau jasa akan turun.
- **Jumlah Penduduk**

Pertambahan penduduk akan mempengaruhi jumlah barang yang diminta konsumen. Apabila jumlah penduduk dalam suatu wilayah meningkat, maka barang yang diminta juga akan naik.

- Perkiraan Harga di Masa Depan

Jika konsumen memprediksi harga akan naik, maka ada kecenderungan konsumen menambah jumlah barang yang dibeli, sebab ada kekhawatiran harga akan mahal. Sebaliknya jika konsumen memprediksi harga akan mengalami penurunan, maka kecenderungan konsumen akan mengurangi jumlah barang yang dibeli.

Bagi eksportir, kenaikan permintaan merupakan satu berkah tersendiri, meskipun belum tentu semua permintaan itu bisa dipenuhi. Untuk mengetahui kenaikan permintaan ekspor bisa dilakukan dengan beberapa cara, antara lain:

1. Mencari Informasi dari pemerintah

Antar pemerintah suatu negara biasanya ada perjanjian kerjasama yang didalamnya termasuk pemenuhan produk ekspor impor. Kebutuhan produk dan negara yang membutuhkan biasanya akan didata oleh pemerintah. Berdasarkan data itulah eksportir bisa mengetahui data kebutuhan produk ekspor dan mengambil kesempatan untuk memenuhi kebutuhan yang ada.

2. Menganalisa data

Selain dari pemerintah data tentang kebutuhan produk ekspor bisa didapat berdasarkan analisa perkembangan ekspor. Data ini juga disediakan pemerintah, bahkan banyak lembaga lain non pemerintah juga menyediakan data yang sama. Secara internasional data tersebut bisa diambil dari Bank Dunia atau sumber lain. Biasanya data ini masih berupa perkembangan tahunan dan belum memiliki jumlah kebutuhan pasti. Tapi setidaknya data ini bisa digunakan untuk memprediksi kebutuhan akan produk ekspor dimasa yang akan datang.

Sebagai contoh data BPS tentang perkembangan ekspor makanan olahan Indonesia. Pada tahun 2007 mencapai sekitar US\$ 2,0 miliar atau meningkat sebesar 10,6 % dibandingkan tahun 2006. Ekspor makanan olahan yang meningkat pada tahun 2007 antara lain: ekspor ke Amerika Serikat sebesar 18,02 %, Singapura (9,66 %) dan Malaysia (7,98 %). Data ini bisa digunakan oleh eksportir untuk mengidentifikasi kemungkinan kebutuhan ekspor makanan olahan pada tahun-tahun berikutnya. Dari situ eksportir mempersiapkan apa yang harus dilakukan menghadapi kenaikan permintaan.

Informasi Permintaan Pasar Produk Ekspor

Permintaan produk ekspor tidak bisa dilepaskan dari negara mana yang meminta. Negara tujuan ekspor bisa disebut sebagai pasar ekspor, juga penting untuk diperhatikan. Tidak semua negara akan selalu mengalami peningkatan permintaan. Banyak faktor mempengaruhi permintaan satu produk dari negara lain, inilah yang perlu dicermati dari perkembangan permintaan ekspor tahun demi tahun.

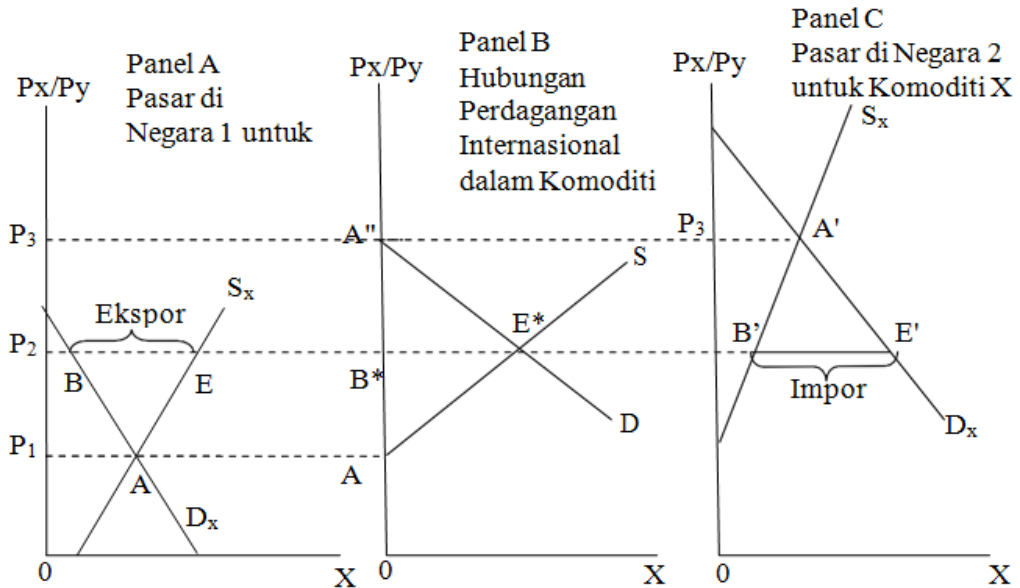
Secara teoritis Gambar 2.1 memperlihatkan proses terciptanya harga komoditi ekuilibrium dengan adanya perdagangan, ditinjau dari keseimbangan parsial. Panel A memperlihatkan bahwa dengan adanya perdagangan internasional, negara 1 akan mengadakan produksi dan konsumsi di titik A berdasarkan harga relatif komoditi X sebesar P_1 . Negara 2 akan memproduksi dan mengkonsumsi di titik A' berdasarkan harga relatif P_3 . Setelah hubungan perdagangan berlangsung diantara kedua negara tersebut, harga relatif komoditi X akan berkisar antara P_1 dan P_3 seandainya kedua negara tersebut cukup besar kekuatan ekonominya.

Apabila harga yang berlaku di atas P_1 , maka negara 1 akan memasok atau memproduksi komoditi X lebih banyak daripada tingkat permintaan (konsumsi) domestik. Kelebihan produksi itu selanjutnya akan diekspor (lihat panel A) ke negara 2. Dilain pihak jika harga yang berlaku

lebih kecil dari P_3 , maka negara 2 akan mengalami peningkatan permintaan sehingga tingkatnya lebih tinggi daripada produksi domestiknya. Hal ini akan mendorong negara 2 untuk mengimpor kekurangan kebutuhannya atas komoditi X itu dari negara 1 (lihat panel C).

Negara 1 mengalami kelebihan penawaran komoditi X (Panel A) karena P_x/P_y lebih besar dari P_1 , sehingga kurva penawaran ekspornya atau S mengalami peningkatan (Panel B). Apabila P_x/P_y lebih rendah dari P_3 , maka terjadi kelebihan permintaan di negara 2 untuk komoditi X (Panel C), yang berakibat permintaan impor negara 2 terhadap komoditi X atau D, akan naik (Panel B). Pada panel B tampak bahwa hanya pada tingkat harga P_2 maka kuantitas ekspor yang ditawarkan oleh negara 1 sama dengan kuantitas impor komoditi X yang diminta oleh negara 2. Dengan demikian P_2 merupakan P_x/P_y atau harga relatif ekuilibrium setelah berlangsungnya perdagangan diantara kedua negara tersebut. Tapi jika P_x/P_y lebih besar dari P_2 maka akan terdapat kelebihan penawaran ekspor komoditi X dan hal ini akan menurunkan harga relatifnya atau P_x/P_y , sehingga pada akhirnya harga itu akan bergerak mendekati atau sama dengan P_2 . Sebaliknya jika P_x/P_y lebih kecil dari pada P_2 , maka akan tercipta kelebihan permintaan impor komoditi X yang selanjutnya akan menaikkan P_x/P_y sehingga akan sama dengan P_2 .

Secara pasti jumlah kebutuhan yang akan dipenuhi tentu nantinya akan dibicarakan dalam proses selanjutnya. Kedua belah pihak (eksportir dan importir) tentu memiliki pertimbangan tersendiri untuk membuat kesepakatan mengenai jumlah kebutuhan barang. Tetapi dengan mengetahui data awal ini eksportir bisa mempersiapkan diri dan menyusun strategi yang akan dijalankan.

Gambar 2.1 Kurva Perdagangan Internasional

Sumber: Salvatore (1997)

Analisa Informasi Permintaan Pasar Ekspor

Informasi permintaan dari pasar ekspor adalah berita yang menggembirakan bagi perusahaan. Informasi ini bisa menjadi peluang bagi perusahaan untuk berkembang, tetapi disisi lain jika tidak dikelola dengan baik maka informasi permintaan pasar ekspor bisa juga menjadi pemicu kebangkrutan sebuah perusahaan.

Banyak cerita dilapangan yang menunjukkan bagaimana sebuah perusahaan harus mengalami kebangkrutan karena informasi pasar yang salah. Atau informasinya tidak salah tetapi analisa terhadap informasinya yang salah. Seringkali informasi yang belum pasti disikapi dengan keyakinan yang berlebihan sehingga pada akhirnya menimbulkan kerugian ketika informasi itu tidak sesuai dengan fakta yang sebenarnya. Tidak bisa dipungkiri, terutama di Indonesia, segala hal terkait bisnis

banyak melibatkan perantara (makelar) yang hanya sekedar menjual informasi. Untuk meyakinkan bahwa informasi yang dibawa menarik, mereka banyak menceritakan hal-hal yang baik saja. Disinilah banyak eksportir tertipu dengan informasi pasar produk ekspor.

Menghindari terjadinya hal seperti diatas, perusahaan ekspor harus melakukan langkah-langkah dibawah ini untuk meyakinkan kebenaran informasi yang diterima.

1. Menyaring informasi berdasarkan sumbernya

Sumber informasi adalah hal yang paling mudah untuk melihat kebenaran informasinya. Informasi yang bersumber dari pemerintah, asosiasi dagang atau organisasi perdagangan internasional akan lebih bisa dipercaya dibanding informasi dari perantara.

2. *Croscheck* informasi dengan data

Informasi apapun terkait peluang ekspor tidak boleh langsung ditolak, demikian juga informasi itu juga tidak boleh langsung diterima. Perlu adanya upaya melakukan *croscheck* dengan data untuk meyakinkan kebenarannya. Misalnya ada permintaan ekspor CPO/kelapa sawit ke Malaysia. Informasi ini perlu di *croscheck* dengan data, apakah benar Malaysia membutuhkan olahan kelapa sawit dari Indonesia? Data yang ada menunjukkan bahwa Malaysia adalah negara pengeksport kelapa sawit terbesar didunia. Dari sis bisa dianalisa bagaimana tingkat kebenaran informasi yang diterima.

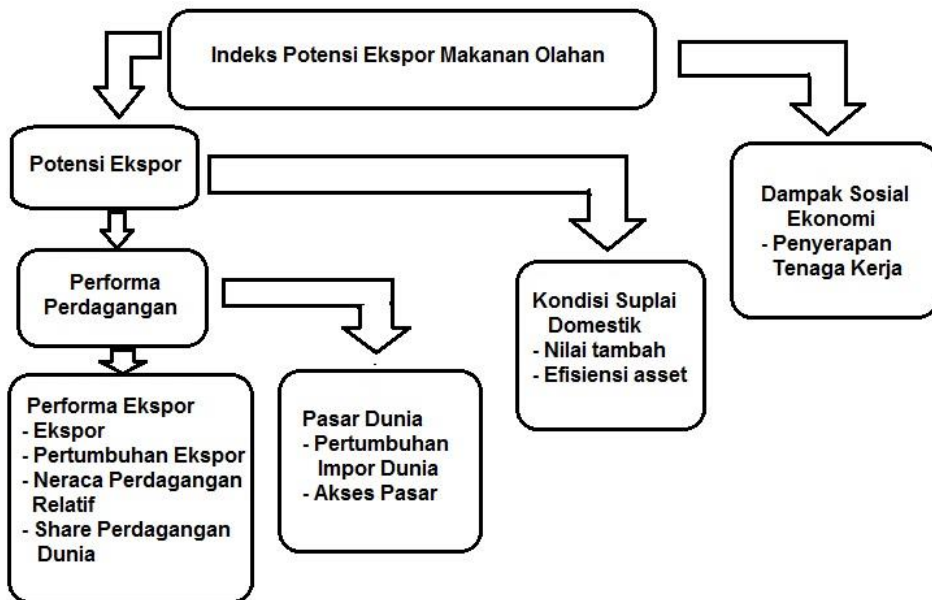
3. Mengkaji informasi dari sisi kemampuan internal

Jika informasi tentang kebutuhan pasar ekspor benar, masih ada satu tahap lagi yang harus dilakukan. Perusahaan harus mengkaji kemampuan internal untuk memenuhi permintaan pasar ekspor tersebut. Sering juga terjadi, perusahaan memaksakan diri memenuhi permintaan pasar ekspor yang sebenarnya diluar

kemampuan perusahaan. Atau perlu tambahan sumberdaya yang besar untuk memenuhi hal itu, sementara kondisinya belum memungkinkan. Akibat dari hal ini bisa saja produk yang dihasilkan tidak sesuai harapan, atau bahkan justru produk yang selama ini sudah diekspor dan berjalan lancar menjadi terganggu. Jadi analisa terhadap informasi permintaan pasar ekspor mutlak harus dilakukan dengan cermat. Jika tidak, bukan keuntungan yang didapat tetapi justru kerugian.

Meyakinkan kebenaran informasi permintaan pasar ekspor juga bisa dilakukan dengan memperhatikan indeks produk ekspor. Indeks produk pada dasarnya menghitung potensi nasional dan dunia untuk pengembangan produk ekspor, yang meliputi potensi dalam negeri dan potensi luar negeri.

Gambar 2.2 Komponen Indeks Produk Unggulan



Gambar 2.2 merupakan contoh variabel penentu indeks produk makanan olahan prioritas. Potensi pengembangan ekspor dipengaruhi oleh:

- Performa ekspor, meliputi nilai ekspor tahun terakhir, pertumbuhan ekspor dan neraca perdagangan relatif.
- Kondisi eksternal, yang menjadi peluang untuk masuk ke pasar dunia adalah pertumbuhan pasar impor dunia dan akses terhadap pasar dunia yang dicerminkan dari nilai tarif.
- Suplai domestik, meliputi potensi nilai tambah dan efisiensi penggunaan aset.
- Potensi produk ekspor, untuk mengatasi permasalahan sosial dalam negeri yang dicerminkan dari kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja.

2.2 Adaptasi Produk Ekspor

Sebuah produk tercipta dipengaruhi oleh elemen lokal dimana produk itu diciptakan. Kontek lokal mempengaruhi bagaimana karakteristik, tampilan, kualitas dan nilai produk dimata konsumen. Pada level yang lebih luas, elemen konteks lokal yang mempengaruhi nilai pengguna mencakup:

- Perilaku lokal: rutinitas sehari-hari, cara khusus untuk melakukan sesuatu, dan lain-lain.
- Arti/makna: simbol-simbol, ritual, keyakinan, dan lain-lain.
- Sistem: lingkungan fisik, sistem teknis, dan lain-lain.

Pengaruh lokal inilah yang seringkali menjadi kendala dari produk ekspor untuk diterima di negara lain. Perbedaan budaya, tingkat ekonomi dan selera terhadap produk bisa membuat penilaian satu produk berbeda dengan di negara asalnya. Mengatasi hal ini diperlukan proses adaptasi sebuah produk yang akan diekspor, menyesuaikan dengan negara yang

dituju. Dalam kasus ini ada kemungkinan sebuah produk menjadi berbeda sesuai negara tujuan ekspornya. Tipe-tipe Adaptasi, antara lain:

1. Adaptasi *convenience* meliputi modifikasi produk dengan tujuan peningkatan kemampuan, akses, kesesuaian, penghindaran ketidaknyamanan, atau kompatibilitas konteks lokal. Secara umum berkenaan dengan bagaimana caranya memberikan pelayanan pada tujuan praktis.
2. Adaptasi kinerja (*performa*), melibatkan modifikasi produk yang dibuat dengan tujuan meningkatkan kinerja dan efisiensinya dalam konteks lokal yang baru. Elemen lokal paling khas yang membutuhkan pertimbangan adalah faktor geografis dan infrastruktur.
3. Adaptasi ekonomi, melibatkan modifikasi produk yang dibuat dengan tujuan meningkatkan nilai ekonomi produk, baik pada titik pembelian maupun penggunaan. Pemasukan, level harga, saluran distribusi dan layanan purna jual adalah faktor-faktor yang segera berasosiasi dengan nilai ekonomi.
4. Adaptasi identitas dan signifikansi sosial, adalah berhubungan dengan *outcome* sosial yang dihasilkan dari interaksi dengan produk. Adaptasi ini tentang bagaimana produk bermakna ketika sedang digunakan. Nilai alat-alat sebagai suatu cara mencapai perbedaan dari yang lainnya melalui proyeksi suatu gambaran yang ingin dirancang oleh seseorang, atau melalui apa yang disebut Goffman dengan manajemen impresi (*kesan*). Adaptasi untuk signifikansi sosial dapat mengakibatkan berganti-gantinya setiap aspek produk meliputi sifat-sifat teknis, tampilan, bentuk, bahan-bahan, dan merek.
5. Adaptasi kesenangan (*pleasure*), berkaitan dengan modifikasi produk yang bertujuan menyediakan pengalaman menyenangkan dengan produk tersebut. Elemen lokal yang harus dipertimbangkan

secara khusus mencakup persepsi estetik lokal yang boleh jadi beragam.

Faktor-faktor yang mempengaruhi adaptasi produk menurut Leonidou (1999: Otterheim dan Anderson, 2003) adalah sebagai berikut:

1. Faktor Fisik

- Kondisi alam
- Iklim
- Ukuran teritorial
- Item-item dari produk lokal yang saling kompatibel

2. Faktor Demografi

- Ukuran/pertumbuhan populasi
- Ukuran perumahan
- Struktur populasi

3. Faktor Sosio Kultural

- Bahasa
- Rasa serta kebiasaan
- Pendidikan
- Literasi
- Estetika
- Nilai dan perilaku
- Agama

4. Faktor Ekonomi

- *Disposable income*
- Fasilitas infrastruktur
- Situasi ekonomi
- Pasar ekspor
- Intensitas persaingan di pasar ekspor

5. Faktor politik dan hukum

- Standar teknis
- Unit peramalan
- Restriksi hukum
- Kontrol pemerintah
- Kebijakan pajak

Faktor yang mempengaruhi Standardisasi:

1. Karakteristik Pasar

- Kesaamaan pasar
- Pelaksanaan standar hidup
- Liberasisasi perdagangan Integrasi ekonomi
- Kebutuhan tunggal pelanggan
- Prioritas konsumen (kualitas tinggi harga rendah)

2. Lingkungan Eksternal

- Kekuatan politik/hukum
- Faktor sosial budaya
- Geografi
- Iklim
- Internasionalisasi perekonomian dunia
- Kemajuan teknologi

3. Lingkungan Perusahaan dan Faktor Keuangan

- Kontrol manajemen
- Harga
- Investasi modal
- Skala ekonomi
- Ekonomi dalam R&D
- Ekonomi dalam pemasaran

4. Produk

- Tahapan daur hidup produk

Spesifikasi Produk Ekspor

Perusahaan di negara tujuan ekspor biasanya sudah memiliki spesifikasi produk yang diminta. Jarang sekali sebuah produk dari satu negara diterima apa adanya di negara lain, kecuali produk seni atau budaya lokal. Spesifikasi yang diminta negara tujuan ekspor tentu mengikuti perilaku dan selera konsumen di negara tersebut. Oleh karena itu produk yang diminta perlu disesuaikan dari aslinya menjadi seperti yang diinginkan konsumen.

Pengembang suatu produk menghabiskan banyak waktu, biaya dan tenaga yang besar sampai diketemukan kesesuaian dengan kebutuhan pelanggan. Yang menjadi tantangan berikutnya adalah menerjemahkan spesifikasi dari produk ekspor kedalam produk yang sudah ada. Ini bukan pekerjaan mudah, masih diperlukan waktu, biaya dan tenaga yang tidak sedikit untuk hal ini.

Tantangan pemenuhan spesifikasi inilah yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan ketika merencanakan produk ekspor. Kesesuaian antara kebutuhan sumberdaya dan hasil yang didapat harus dipertimbangkan dengan cermat untuk menghindari kerugian. Salah satu yang berkaitan adalah besarnya biaya yang dibutuhkan untuk mengadaptasikan spesifikasi yang diminta dengan jumlah permintaan terhadap produk tersebut. Semakin kecil jumlah permintaan produk ekspor, semakin sulit perusahaan memenuhi spesifikasi yang diinginkan.

Proses penentuan spesifikasi produk tidaklah mudah, ada empat tahap proses menentukan spesifikasi produk, yaitu:

1. Mempersiapkan Daftar Matrik dan Memakai Matriks Kebutuhan

Matrik harus mampu menggambarkan secara langsung nilai produk yang memuaskan kebutuhan pelanggan. Disamping itu, semua

kebutuhan pelanggan diterjemahkan menjadi sekumpulan nilai spesifikasi yang terukur dan tepat, supaya memuaskan kebutuhan pelanggan. Selanjutnya matrik harus merupakan kriteria yang populer bagi perbandingan di pasar, dan tiap matrik ada keterkaitan kebutuhan.

2. Mengumpulkan Informasi tentang Produk Pesaing

Spesifikasi harus dapat dipakai untuk menentukan posisi produk dibanding dengan produk yang ada. Pengumpulan informasi produk pesaing guna mendukung keputusan posisi produk, membuat bagan analisis pesaing, jika memungkinkan memakai besaran terukur.

3. Menetapkan Nilai Target Marginal dan Nilai Target Ideal Tiap Matrik

Spesifikasi menentukan batas bawah, contoh mampu membuka ujung semangka minimal sebesar 6 cm. Spesifikasi menentukan batas atas, misal berat alat maksimal 75 g. Spesifikasi antara batas atas dan bawah, misal berat buah yang dapat dibuka adalah 0,45-1,75 kg. Spesifikasi tepat, misal baterai yang digunakan adalah 1 buah AAA. Kumpulan nilai diskrit dalam pilihan, contoh diameter pegangan alat: 6/7 cm.

4. Merefleksikan Hasil dan Proses

Perlunya pengulangan dilakukan beberapa kali sampai target disetujui. Adanya pertimbangan (refleksi) pada tiap kali pengulangan dapat meyakinkan bahwa hasil yang didapatkan telah konsisten dengan tujuan proyek.

Meskipun spesifikasi produk ekspor ditentukan oleh pembeli, produk itu sendiri tetap harus memiliki spesifikasi standar atau standarisasi produk. Tanpa adanya standarisasi produk, pemenuhan spesifikasi produk ekspor sama artinya dengan menciptakan produk baru. Elemen-elemen dari standarisasi sebuah produk adalah:

1. Karakteristik Eksternal (Leonidou, 1996)

- Desain

- *Style*
 - Kualitas
 - Dimensi
2. Tampilan Internal
- Bagian Komposisi
 - Metoda konstruksi
 - Spesifikasi teknik
 - Sistem operasi
3. *Packaging*
- Ukuran
 - Warna
 - Tipe
4. Pelabelan Bahasa
- Simbol
 - *Text*
 - Instruksi
5. Merek Nama
- Bahasa
 - *Trademark*
 - *Positioning*

Kesimpulan yang bisa diambil terkait hal ini adalah, seberapapun besarnya permintaan terhadap produk ekspor jika perusahaan tidak mampu memenuhi spesifikasi yang diinginkan pembeli maka tidak akan ada gunanya. Kemampuan perusahaan memproduksi produk ekspor juga menjadi kunci utama pemenuhan kebutuhan ekspor. Sumber daya yang dimiliki harus memenuhi standar untuk memproduksi barang sesuai pesanan.

Seperti sudah dijelaskan sebelumnya, dalam perjanjian ekspor ada klausul risiko akibat kegagalan memenuhi permintaan produk. Klausul ini tidak bisa diabaikan dalam perdagangan internasional, biasanya ada jaminan berupa asuransi yang harus dibayar jika menyalahi kontrak atau gagal. Perlu perhitungan yang cermat sebelum memutuskan menerima kontrak ekspor suatu produk. Keberanian mengambil pesanan tanpa memperhitungkan sumberdaya yang dimiliki bisa menjadi pemicu kebangkrutan perusahaan.

Faktor Produksi Produk Ekspor

Pengertian produksi adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk menambah nilai guna suatu barang, sehingga menjadi barang baru yang lebih berguna. Di dalam proses produksi ini yang menjadi kunci utamanya adalah terjadinya penambahan nilai guna dari suatu barang. Penambahan nilai guna ini bisa mencakup dua hal, yakni:

- Produksi yang menghasilkan barang dan jasa baru. Barang dan jasa baru yang dihasilkan ini bisa dilakukan dengan menambah jumlah, mengubah bentuk atau memperbesar ukuran.
- Produksi dengan meningkatkan atau menambah daya guna suatu barang menjadi lebih bermanfaat. Dalam hal ini, barang dan jasa yang sebetulnya sudah bisa dimanfaatkan, dikreasikan lagi sehingga bisa menambah nilai manfaatnya, baik dari segi kuantitas maupun kualitas.

Produksi ini juga bisa meliputi produksi barang dan produksi jasa. Keduanya, tentu punya perbedaan karakteristik masing-masing. *Output* dari proses produksi barang secara nyata bisa dilihat dan diraba karena memiliki bentuk fisik. Produk barang misalnya pakaian. Kita bisa menyentuh dan melihat barang tersebut. Sedangkan untuk *output* produk jasa, tidak bisa diraba dan hanya bisa dirasakan manfaat atau hasilnya. Contoh produk jasa misalnya ketika pergi jalan-jalan dengan jasa *tour and*

travel. Dalam perjalanan tersebut bisa merasakan dan menikmati hasilnya tanpa bisa mengambil produk tertentu. Dalam produksi jasa ini, proses produksi sekaligus saat mengkonsumsi terjadi secara bersamaan.

Dalam melaksanakan suatu kegiatan produksi, ada tujuan produksi yang ingin dicapai, tujuan produksi itu antara lain:

1. Memperbanyak jumlah barang.
2. Menghasilkan barang dan jasa yang memiliki kualitas lebih tinggi.
3. Mengganti barang yang habis atau rusak.
4. Mendapatkan nilai keuntungan.
5. Memenuhi kebutuhan pasar dalam negeri untuk kebutuhan perusahaan dan rumah tangga.
6. Memenuhi kebutuhan sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan juga teknologi.
7. Memenuhi kebutuhan pasar internasional.
8. Meningkatkan kesejahteraan atau kemakmuran.

Faktor-Faktor Produksi

Dalam melakukan kegiatan produksi guna menghasilkan suatu barang atau jasa, maka diperlukan faktor-faktor produksi yang sangat penting agar dapat menunjang proses produksi. Faktor-faktor produksi mencakup empat hal, antara lain: faktor produksi alam, faktor produksi tenaga kerja, faktor produksi modal, dan faktor produksi keahlian manajerial. Berikut ini adalah penjelasan dari masing-masing faktor produksi yang ada:

1. Faktor Produksi Alam

Faktor produksi alam merupakan faktor penunjang kegiatan produksi yang tersedia di alam. Faktor ini mencakup: air, tanah, hasil hutan, lautan, hasil laut, dan lain-lain. Barang-barang ini juga dapat memberikan nilai tambah dari suatu barang atau jasa sehingga bisa disebut sebagai faktor produksi. Contohnya saat

memproduksi padi, maka peran faktor produksi alam berupa air hujan, tanah, iklim dan lain-lain. Tanah yang subur dapat membantu pertumbuhan padi dengan baik, demikian juga air hujan dan iklim dapat mendukung pertumbuhan padi sehingga mempunyai nilai dan bermanfaat.

2. Faktor Produksi Tenaga Kerja

Faktor produksi tenaga kerja merupakan faktor produksi yang bentuknya berupa tenaga kerja manusia atau dikenal dengan Sumber Daya Manusia (SDM). Faktor tenaga kerja ini memiliki peranan penting dalam melakukan berbagai kegiatan produksi. Faktor produksi tenaga kerja digolongkan menjadi dua, yakni tenaga kerja berdasarkan kualitas dan tenaga kerja berdasarkan sifat pekerjaan, yang di dalamnya juga dibagi atas beberapa kelompok.

a. **Tenaga kerja berdasarkan kualitasnya**, terdiri dari:

- Tenaga kerja terdidik yang memerlukan pendidikan formal, misal: guru, pengacara, dokter, notaris, arsitek, dan sejenisnya.
- Tenaga kerja terampil memerlukan keahlian dan pengalaman tertentu, misal: montir, sopir, penjahit, tukang kayu, dan lain sejenisnya.
- Tenaga kerja kasar yang tidak memerlukan pengalaman atau pendidikan atau pelatihan secara khusus, misal: tukang kebun, kuli angkut, tukang becak, tukang cuci dan lain sejenisnya.

b. **Tenaga kerja berdasarkan sifat pekerjaannya**, terdiri dari:

- Tenaga kerja jasmani yang merupakan tenaga kerja dengan mengandalkan tenaga, misal: tukang cuci, kuli

bangunan, kuli angkut, petugas kebersihan, dan lain sejenisnya.

- Tenaga kerja rohani yang merupakan tenaga kerja dengan mengandalkan pikiran dan perasaan, misal: guru, psikolog, seniman, dan lain sejenisnya.

Faktor produksi tenaga kerja dan faktor produksi alam yang dikenal dengan faktor produksi asli, dengan dua faktor produksi tersebut, manusia telah mampu memproduksi barang guna pemenuhan kebutuhan hidupnya, walaupun hasilnya masih sedikit. Seiring dengan perkembangan zaman yang membuat ilmu dan teknologi semakin maju, maka kebutuhan hidup manusia juga ikut berkembang. Manusia kemudian dituntut agar dapat memproduksi berbagai hal yang dapat dipakai dalam memenuhi kebutuhan hidupnya secara lebih baik, baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Oleh sebab itu, diperlukan faktor produksi selain faktor produksi asli, yaitu faktor produksi modal dan keahlian manajerial. Kedua faktor produksi ini adalah faktor produksi turunan.

3. Faktor Produksi Modal

Faktor produksi modal memiliki peran penting demi menunjang kelancaran proses produksi. Faktor produksi modal dibedakan berdasarkan asal, bentuk dan sifatnya.

a. **Modal menurut asalnya**, terdiri dari:

- Modal sendiri, yakni modal yang berasal dari perusahaan sendiri, misal: modal setoran dari sang pemilik perusahaan.
- Modal asing, yakni modal yang berasal dari pinjaman dari pihak lain, yang bukan pemilik perusahaan.

b. **Modal menurut bentuknya**, terdiri dari:

- Modal nyata atau konkrit yang berupa peralatan produksi, mesin, alat transportasi, dan sejenisnya.
- Modal tidak nyata atau abstrak yang berupa merek dagang, nama baik, hak paten, dan lain-lain.

c. **Modal menurut sifatnya**, terdiri dari:

- Modal tetap, merupakan modal yang dapat dipakai secara berulang-ulang dalam jangka waktu lama atau lebih dari satu kali proses produksi. Misal: tanah, gedung, peralatan produksi, dan lain sebagainya.
- Modal lancar, merupakan modal yang penggunaannya hanya bisa dipakai satu kali proses produksi saja. Misal: bensin, solar, benang, bahan baku proses produksi, dan lain sebagainya.

4. Faktor Produksi Keahlian Manajerial

Faktor produksi keahlian manajerial ialah keahlian dalam mengorganisir dan mengelola berbagai faktor produksi sehingga proses produksi bisa berjalan dengan efektif dan efisien. Faktor produksi keahlian manajerial dikenal sebagai faktor produksi *entrepreneurship* atau kewirausahaan. Sebagai faktor produksi kewirausahaan, ada beberapa keahlian yang perlu untuk dimiliki, yang meliputi:

- **Manajerial skill**, adalah kemampuan mengorganisasikan seluruh faktor produksi yang ada dengan memakai cara-cara yang tepat sehingga hasil maksimal dapat diperoleh.
- **Technical skill**, adalah keahlian yang bersifat teknis dalam pelaksanaan proses produksi sehingga proses produksi tersebut dapat berjalan dengan baik.

- **Organizational skill**, adalah keahlian dalam memimpin berbagai jenis usaha atau organisasi sehingga usaha atau organisasi yang dipimpinnya tersebut dapat berjalan dengan baik.

Menyiapkan Produk Sesuai Spesifikasi Dalam Kontrak

Pada perusahaan manufaktur dapat mengetahui jenis dan jumlah barang yang akan diproduksi sesuai dengan data kebutuhan pasar saat ini yang dapat didapatkan dari bagian *marketing*. Berdasarkan data-data yang didapatkan dari bagian *marketing* tersebut, maka diinformasikan ke bagian produksi supaya barang yang diinginkan dapat diproduksi. Adanya hal-hal yang berhubungan erat dengan tahapan perencanaan produksi pada perusahaan manufaktur, yakni jumlah barang yang akan diproduksi, jenis barang yang akan diproduksi, dan cara pengolahan barang. Tahapan perencanaan produksi pada perusahaan manufaktur antara lain:

1. Tahapan awal

Sebuah perusahaan manufaktur pada tahap ini, sudah harus menentukan desain awal produk. Desain awal tersebut adalah spesifikasi dan persyaratan yang harus dipenuhi sebuah produk yang akan diproduksi nantinya.

2. Tahapan desain produk

Perusahaan manufaktur pada tahap ini, sudah dapat menentukan desain dari suatu produk, yakni berupa gambaran dari produk secara tepat, contoh: warna, bentuk, ukuran, dan lain sebagainya.

3. Tahapan cara pembuatan

Perusahaan pada tahap ini harus menentukan urutan proses pembuatan suatu produk, peralatan yang diperlukan untuk menghasilkan produk, dan tempat untuk bekerja yang tepat.

4. Tahapan pembuatan

Dimana perusahaan mulai memproduksi barang yang diinginkan dan memodifikasi lebih lanjut. Proses pembuatan barang harus disesuaikan dengan desain, mempunyai kualitas yang baik, dan peralatan mesin yang tersedia. Pada tahap pembuatan ini, seringkali hasil yang diharapkan sedikit berbeda dengan apa yang sudah direncanakan pada awalnya. Namun hal tersebut bukan menjadi masalah besar jika tidak menyimpang terlalu jauh dari apa yang sudah ditetapkan di awal. Perusahaan masih dapat mengubah atau memodifikasi barang tersebut sehingga tercapai dan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Beberapa strategi yang dapat dilaksanakan perusahaan agar perencanaan produksi dapat optimal, diantaranya adalah:

1. Memprediksi permintaan konsumen

Pada langkah awal, perusahaan harus memprediksi permintaan konsumen untuk mengetahui jumlah barang yang harus diproduksi selama periode waktu tertentu. Hal ini dilakukan dengan cara meninjau permintaan konsumen pada periode sebelumnya, dengan catatan memiliki alat pelaporan yang canggih agar terhindar dari kesulitan dalam memperoleh estimasi yang akurat. Dengan sistem manajemen inventaris yang baik, dapat dianalisis permintaan konsumen, dan rasio perputaran inventaris dapat diketahui dengan mudah. Oleh sebab data yang dihasilkan secara otomatis, maka estimasi yang diharapkan akurat tentang produk mana yang akan banyak dipesan. Disamping itu, perlu memahami faktor eksternal agar permintaan konsumen dapat diubah, contoh: tren yang terbaru, perlambatan ekonomi, atau *marketing campaign* baru sehingga produk meningkat dibanding dengan periode sebelumnya.

2. Mengendalikan inventaris

Dengan adanya pengendalian inventaris yang baik, maka dapat memastikan persediaan selalu berada di tingkat yang memadai, menghindari pengadaan stok bahan baku yang tidak perlu, serta menyimpan stok yang tepat dan sesuai dengan permintaan konsumen. Disamping itu dengan sistem manajemen inventaris yang baik, dapat mengetahui produk yang paling dan kurang menguntungkan, dapat mengatur tingkat persediaan sehingga memperoleh notifikasi ketika stok mendekati tingkat minimum, mengotomatiskan pemesanan ke pemasok, memprediksi kebutuhan inventaris, dan lain-lain.

3. Mempersiapkan karyawan

Disamping perlunya kepastian akan ketersediaan bahan baku, perlu juga memastikan ketersediaan karyawan. Jumlah karyawan yang diperlukan dalam proses produksi harus diperkirakan dan dipastikan orang-orang yang tepat untuk melaksanakan pekerjaan tersebut. Karyawan perlu difasilitasi dengan peralatan yang mendukung dan diberikan pelatihan ekstensif tentang pemakaian alat-alat dan teknologi tertentu yang dipakai perusahaan.

4. Mengatur waktu dan tahapan

Selanjutnya adalah memetakan proses secara berurutan, dan menyesuaikannya dengan waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikannya. Tugas yang harus diurutkan atau bergantung pada tugas lainnya perlu diperhitungkan, atau tugas-tugas yang harus dilaksanakan secara independen atau bersamaan. Setelah pemetaan proses dilaksanakan, maka mengetahui berapa lama waktu yang dibutuhkan guna menyelesaikan seluruh proses. Disamping itu, perlu untuk mendokumentasikan kegiatan berulang dalam proses manufaktur guna pemakaian di waktu mendatang.

Dokumentasi tersebut bermanfaat sebagai basis untuk menentukan rute dan waktu di proses manufaktur selanjutnya.

5. Mengidentifikasi masalah

Antisipasi terhadap berbagai masalah yang bisa terjadi pada proses produksi adalah pengumpulan informasi historis yang berkaitan dengan merinci waktu aktual, pengalaman kerja serupa, material, dan kegagalan yang pernah dihadapi. Agar mempermudah dalam menentukan dan mempelajari cara untuk mengurangi potensi masalah dalam operasi bisnis manufaktur, diperlukan analisis efek dan mode kegagalan atau yang biasa disebut *Failure Mode and Effects Analysis*. Metode FMEA tersebut memungkinkan dalam menentukan dan mempelajari cara untuk mengurangi potensi masalah pada operasi bisnis manufaktur.

6. Menjelaskan perencanaan secara detail

Sebagai langkah terakhir yang harus dilaksanakan yakni menjelaskan kepada karyawan dengan detail tentang perencanaan produksi yang akan diterapkan. Caranya dengan *memposting* perencanaan, perintah kerja, dan jadwal produksi melalui *software* manajemen manufaktur. Selanjutnya memberikan hak akses kepada karyawan agar dapat mengeceknya kapan saja saat diperlukan.

Menetapkan Jadwal Produksi Sesuai Kesepakatan

Penjadwalan adalah pengaturan waktu dari suatu aktivitas operasi. Penjadwalan mencakup aktivitas pengalokasian fasilitas, peralatan, ataupun tenaga kerja bagi suatu aktivitas operasi dan penentuan urutan pelaksanaan aktivitas operasi. Pada pengambilan keputusan, penjadwalan sebagai langkah terakhir sebelum dimulainya operasi. Tujuan adanya penjadwalan adalah meminimalkan waktu tunggu layanan,

waktu proses dan tingkat persediaan, serta penggunaan yang efisien dari tenaga kerja, fasilitas, dan peralatan.

Definisi lain dari penjadwalan adalah proses pengalokasian sumber-sumber guna melakukan sekumpulan tugas dalam jangka waktu tertentu.

Ada beberapa teknik yang diterapkan untuk penjadwalan, dimana teknik tersebut tergantung dari volume produksi, variasi produk, keadaan operasi, kompleksitas dari pekerjaan, dan pengendalian yang diperlukan selama proses. Beberapa teknik yang sering dipakai antara lain *Gantt Chart*, metode penugasan dan metode Johnson.

Sebagian besar perusahaan menyelesaikan pekerjaan secara bersamaan, oleh sebab itu perlu menggabungkan beberapa jadwal kerja. Penggabungan ini dimungkinkan apabila tanggal penyerahan atau selesai untuk setiap pekerjaan dapat diketahui dan seluruh penggabungan tersebut akan dilakukan oleh setiap bagian proses sepanjang periode yang direncanakan. Proses penggabungan tersebut dikenal dengan *scheduling* (penjadwalan), dan hasilnya disebut *schedule* (jadwal), atau *production schedule* (jadwal produksi) secara keseluruhan. Salah satu kunci keberhasilan dalam meningkatkan efisiensi dalam unit operasi adalah kemampuan untuk menyusun jadwal secara efektif.

Namun dalam menyusun jadwal secara efektif terdapat beberapa kesulitan, yaitu:

1. Kesulitan dalam mengidentifikasi tujuan dari jadwal yang sedang dilaksanakan.
2. Jumlah yang sangat besar dari jadwal yang mungkin.

Dalam rangka mengurangi masalah yang timbul dari penjadwalan dapat dilaksanakan dengan cara berikut ini:

- a. Mengurangi jumlah variasi produk
- b. Mengurangi jumlah variasi komponen

- c. Melaksanakan perluasan kerja
- d. Mengadakan sub kontrak
- e. Mengurangi unit organisasi
- f. Meningkatkan disiplin kerja
- g. Lokasi kerja dekat dengan daerah pemasaran

Metode Penjadwalan

Beberapa metode yang yang dapat digunakan dalam menyusun jadwal adalah sebagai berikut:

1. Metode Jalur Kritis (*Critical Path Method*)

Metode jalur kritis lebih cocok digunakan untuk penjadwalan pekerjaan proyek yang mempunyai kegiatan awal dan kegiatan akhir.

2. Pendekatan Cabang dan Batas (*Branch and Bound Approach*)

Metode pendekatan cabang dan batas tidak sedikit dipakai untuk membuat jadwal produksi kelompok, dan disajikan dalam bentuk pohon dengan cabang-cabangnya.

3. Lini Keseimbangan (*Line of Balancing*)

Pada metode lini keseimbangan, lebih efektif dipakai untuk pembuatan jadwal proyek atau jadwal produksi bagi unit tunggal yang memakai sistem rakitan, contoh pembuatan kursi jok.

4. Metode Perencanaan Kebutuhan Bahan (*Material Requirement Planning/MRP*)

Metode MRP telah banyak dipakai dalam penyelesaian proyek industri, mulai dari pembangunan rumah sederhana hingga gedung pencakar langit.

5. Metode Tepat Waktu (*Just In Time/JIT*)

Metode JIT merupakan sistem produksi yang dikembangkan oleh Jepang dan terbukti berhasil untuk pekerjaan produksi massa dan berulang dengan pengendalian yang lebih ketat.

6. Metode Teknologi yang dioptimalkan (*OPT/Optimized Production Technology*)

Metode OPT merupakan metode yang relatif baru dan didukung oleh perangkat lunak komputer.

Fungsi Penjadwalan

Penjadwalan produksi mempunyai berbagai fungsi dalam sistem produksi, aktifitas fungsi tersebut antara lain:

1. *Loading* (pembebanan), memiliki tujuan untuk mengkompromikan antara kebutuhan yang diminta dengan kapasitas untuk menentukan operator, fasilitas, dan peralatan.
2. *Sequencing* (penentuan urutan), memiliki tujuan dalam membuat prioritas urutan pengerjaan pada pemrosesan *order-order* yang masuk.
3. *Dispathing*, memberikan perintah-perintah kerja pada tiap mesin atau fasilitas lainnya.
4. Pengendalian kinerja penjadwalan
5. *Updating Schedule*, dalam proses pembuatan jadwal umumnya pelaksanaan jadwal selalu ada masalah baru yang berbeda.

Macam Penjadwalan Produksi

Terdapat dua macam tipe produksi pada macam penjadwalan produksi, antara lain:

1. *Job shop* merupakan proses pengurutan untuk lintasan produk yang tidak beraturan. Penjadwalan *job shop* secara umum dikenal dengan sekumpulan pekerjaan dan mesin-mesin yang akan dijadwalkan
2. *Flow shop* merupakan proses penentuan urutan pekerjaan yang mempunyai lintasan produk yang sama. Model *flow shop* operasi pekerjaan ialah dari proses awal sampai akhir, hanya dapat

bergerak satu arah, diantara proses itu tidak dapat kembali ke proses sebelumnya

Pengawasan Mutu Produk Ekspor

Mutu adalah gabungan karakteristik produk dan jasa mulai dari tahap produksi, pemeliharaan, dan pemasaran yang menyebabkan produk dan jasa yang dipakai untuk memenuhi harapan-harapan konsumen. Mutu makanan juga dapat didefinisikan sebagai gabungan dari sifat-sifat khas yang membedakan setiap satuan dari produk dan menunjukkan pengaruh yang nyata pada penerimaan oleh konsumen.

Pengawasan mutu adalah suatu usaha pencegahan yang dilakukan selama proses produksi agar produk yang diperoleh tidak cacat. Pengawasan mutu tidak hanya dilaksanakan oleh salah satu bagian tetapi mencakup seluruh bagian, mulai dari desain, *marketing*, rekayasa, pembelian produksi, pengemasan, pengangkutan dan pemasok bahan baku. Pengawasan mutu merupakan kegiatan atau program yang tidak terpisahkan dengan dunia usaha yang mencakup proses produksi, pengolahan, dan pemasaran produk (Soekarto, 1990).

Pengawasan mutu mempunyai cakupan pengertian yang luas meliputi beberapa aspek dan tingkatan, mulai dari tingkat perusahaan sampai nasional termasuk kebijaksanaan standardisasi, pengendalian mutu, jaminan mutu, pembinaan mutu dan perundang-undangan. Pengawasan mutu bertujuan untuk memberi pedoman mutu bagi produsen, membina pengembangan industri dan melindungi konsumen. Pada dasarnya pengawasan mutu itu diterapkan atau dilakukan sejak dari tahap pemanenan, penerimaan, proses produksi, peralatan, lingkungan dan tenaga kerja (Fardiaz 1999).

Menurut Assauri (1980) dalam Gulo (2006), pengawasan mutu mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Agar barang yang dihasilkan dapat mencapai standar mutu yang telah ditetapkan.
2. Mengusahakan agar biaya inspeksi dapat menjadi sekecil mungkin.
3. Mengusahakan agar biaya desain dari produk menjadi sekecil mungkin.
4. Memperkecil biaya produksi.

Pengawasan mutu dapat dilaksanakan berdasarkan tiga prinsip, yaitu pengawasan atas bahan mentah, pengawasan atas proses, dan inspeksi atau pengujian produk akhir. Dalam pengawasan mutu perlu dilakukan pengujian terhadap bahan baku atau produk sehingga kerusakan-kerusakan dapat diketahui dan diatasi. Pengujian ini meliputi pengujian organoleptik, mikrobiologi, kimia dan pengujian fisik (Direktorat Jenderal Perikanan 1981).

Menurut Prawirosentono (2001) secara garis besar pengendalian mutu dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Pengendalian mutu bahan baku

Mutu bahan baku akan sangat mempengaruhi hasil akhir dari barang yang akan dibuat. Apabila bahan baku dengan mutu yang tidak bagus, maka akan menghasilkan mutu barang yang tidak bagus juga. Sebaliknya, bahan baku yang baik dapat menghasilkan barang yang baik. Pengendalian mutu bahan baku diawali sejak permintaan bahan baku di gudang, selama proses penyimpanan, dan ketika bahan baku akan dimasukkan pada proses produksi. Kelainan mutu bahan baku akan memberikan akibat mutu produk yang dihasilkan berada diluar standar mutu yang direncanakan.

b. Pengendalian dalam proses pengolahan

Sesuai dengan diagram alur produksi dapat dibuat tahap-tahap pengendalian mutu sebelum proses produksi berlangsung. Tiap

proses produksi diawasi sehingga kesalahan-kesalahan yang terjadi dalam proses produksi bersangkutan dapat diketahui untuk selanjutnya segera dilakukan perbaikan. Adanya beberapa cara pengendalian mutu selama proses produksi berlangsung, seperti melalui contoh (sampel), yakni hasil yang diambil pada selang waktu yang sama. Sampel tersebut dianalisa secara statistik untuk mendapatkan gambaran apakah sampel tersebut sesuai dengan yang direncanakan atau tidak, jika tidak sesuai berarti bahwa proses produksinya salah. Pengawasan dilakukan terhadap seluruh tahapan proses produksi dari awal sampai akhir tanpa kecuali, jika salah satu tahapan produksi diabaikan maka artinya bahwa pengendalian mutu itu tidak cermat.

c. Pengendalian mutu produk akhir

Mutu pada produk akhir harus diawasi sejak keluar dari proses produksi sampai pada tahap pembungkusan, penggudangan, dan pengiriman ke konsumen. Dalam pemasaran produk, perusahaan harus berusaha menampilkan produk yang bermutu. Hal ini hanya dapat dilakukan, jika produk akhir tersebut dilaksanakan pengecekan mutu agar produk yang rusak tidak sampai ke tangan konsumen.

2.3 Mengembangkan Produk Ekspor

Menurut Ernest R. Alexander, teori merupakan kerangka yang harus dipakai sehingga dapat membentuk suatu struktur pemikiran dan ide yang baik dalam implementasi di lapangan. Suatu teori yang baik namun hanya disimpan dan tidak dipraktekkan, tidak akan ada manfaatnya, begitu pula sebaliknya sebuah praktek yang baik harus ditopang oleh teori. Keduanya harus saling mengisi untuk menghasilkan suatu karya cipta dan hasil kerja yang optimal.

Demikian pula halnya dalam pengembangan produk. Hubungan

antara teori dan praktek bagi seorang produsen adalah hal yang sangat penting, karena perencanaan pengembangan produk tidak seperti ilmu murni sebab pada dasarnya perencanaan pengembangan produk adalah kegiatan preskriptif, bukan deskriptif. Tujuan perencanaan pengembangan produk bukanlah sekedar untuk menguraikan atau menjelaskan sesuatu, namun untuk menggagas dan mewujudkan perubahan produk ke arah yang lebih baik, berdaya saing dan laku di pasar.

Rencana pengembangan produk membutuhkan suatu pengakuan rasional dan sosial, yang harus dibenarkan sebagai suatu penerapan cara pengambilan keputusan yang rasional pada berbagai masalah yang menyangkut produk. Mengingat perencanaan adalah suatu aktivitas yang mempengaruhi nilai-nilai, maka teori perencanaan pengembangan produk tidak dapat mengabaikan masalah ideologi. Dalam kata-kata John Dyckman, teori perencanaan haruslah mencakup beberapa teori tentang suatu hal dimana perencanaan itu akan dikembangkan.

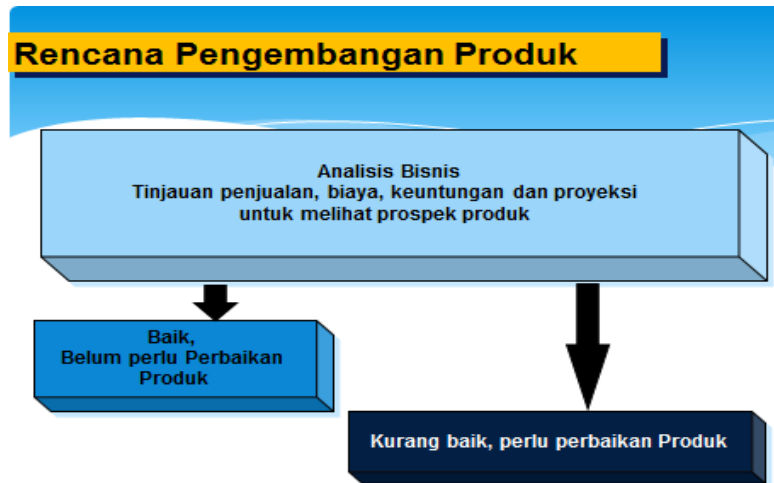
Dalam hubungannya dengan upaya meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global, produk yang ingin dikembangkan harus terlebih dulu dibuat perencanaan yang matang berlandaskan dukungan data-data yang akurat dan aktual, yang didapatkan dalam kegiatan riset pasar, sehingga apa yang akan dikembangkan selanjutnya bukanlah suatu produk yang hanya ideal bagi produsen, namun mengacu kepada realitas keinginan pasar target sasaran produk tersebut.

Pengembangan produk harus melalui serangkaian kegiatan sebagaimana digambarkan pada gambar 2.3, berikut penjelasannya:

1. Rencana pengembangan produk dilakukan berdasarkan analisis bisnis atas hasil penjualan, dan bagaimana realitas yang ada. Apakah selama ini produk yang dijual memiliki daya saing yang tinggi ataukah tidak. Produk yang laku tentu belum memerlukan pengembangan, kecuali terhadap aspek-aspek lain seperti

pemasaran, pelayanan, kualitas dan sebagainya dalam rangka lebih mendongkrak penjualannya. Analisis biaya perlu dilakukan untuk membuka peluang dipasarannya produk yang lebih murah, tanpa menurunkan kualitasnya. Produk yang efisien dalam proses pembuatannya, tentu akan mempengaruhi pula harga jual. Analisis keuntungan dan proyeksi juga sangat penting dilakukan jika ke depan produk dimaksud memiliki potensi untuk dikembangkan, guna meraih pangsa pasar yang lebih besar.

Gambar 2.3 Rencana Pengembangan Produk



2. Jika hasil kegiatan analisis menghasilkan kesimpulan bahwa kesemuanya masih menunjukkan hasil yang positif dan prospek yang cukup cerah, maka kegiatan pengembangan produk dianggap belum perlu. Artinya, dalam upaya menembus pasar global produk tersebut dianggap masih dalam posisi aman dan belum memerlukan pengembangan.
3. Namun jika terjadi sebaliknya, hasil analisis memperlihatkan bahwa ke depan produk tersebut akan terancam dan berada dalam posisi

yang tidak aman serta prospek yang kurang menjanjikan, maka kegiatan pengembangan produk menjadi keharusan dan tidak boleh ditunda-tunda lagi.

Analisis Biaya dan Keuntungan dalam Proses Produksi

Istilah harga pokok dalam manajemen biaya atau akuntansi biaya disebut pula sebagai biaya pokok produksi atas pembuatan suatu produk. Biaya pokok ini terdiri dari bermacam-macam unsur biaya. Istilah harga pokok tidak dapat dipisahkan dari persoalan yang menyangkut biaya. Dengan perkataan lain, biaya adalah unsur yang menentukan harga pokok suatu produk. Dengan demikian harga pokok merupakan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang atau jasa. Perlu diketahui bahwa biaya penjualan dan biaya administrasi umum tidak termasuk harga pokok produksi. Biaya merupakan bagian dari pada harga pokok produksi yang dikorbankan dalam usaha untuk memperoleh penghasilan, sedangkan harga pokok dapat pula disebut dengan bagian dari pada harga pokok perolehan atau harga beli aktiva yang ditunda pembebanannya. Sehingga dapat dikatakan bahwa biaya produksi adalah biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Biaya produksi dapat dibagi menjadi tiga elemen yaitu bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik.

Harga pokok produk merupakan elemen penting untuk menilai keberhasilan dari perusahaan dagang dan manufaktur. Harga pokok produk mempunyai kaitan erat dengan indikator-indikator tentang sukses perusahaan, seperti misalnya laba kotor penjualan dan laba bersih. Tergantung pada rasio antara harga jual dan harga produknya. Perubahan pada harga pokok produk yang relatif kecil biasa jadi berdampak signifikan pada indikator keberhasilannya. Informasi biaya bermanfaat untuk menentukan harga pokok yang dihasilkan oleh organisasi (perusahaan). Harga pokok produk merupakan akumulasi dari

biaya-biaya yang dibebankan pada produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Untuk menentukan harga pokok suatu produk, akuntansi biaya adalah bagian dari akuntansi keuangan. Penentuan harga pokok produk digunakan untuk menghitung laba atau rugi perusahaan yang akan dilaporkan kepada pihak eksternal perusahaan. Informasi mengenai harga pokok produk menjadi dasar bagi manajemen dalam pengambilan keputusan harga jual produk yang bersangkutan. Beberapa ahli mendefinisikan harga pokok produksi sebagai berikut:

- a. Garisson (2008: 54) biaya produksi atau harga pokok produksi adalah semua biaya yang terkait dengan perolehan atau pembuatan suatu produk.
- b. Mowen (2009: 56) adalah biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa.

Tujuan dilakukannya perhitungan harga pokok produksi adalah sebagai berikut:

1. Untuk menentukan harga jual.
2. Untuk menetapkan efisien tidaknya suatu perusahaan.
3. Untuk menentukan kebijakan dalam penjualan.
4. Sebagai pedoman dalam pembelian alat-alat perlengkapan baru.
5. Untuk perhitungan neraca.

Penentuan harga pokok produk yang benar sangat penting bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya. Penetapan produk yang tidak benar akan menyebabkan kegagalan perusahaan dalam bidang usahanya. Penentuan harga pokok produk yang benar sangat penting bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya. Penetapan produk yang tidak benar akan menyebabkan kegagalan perusahaan dalam bidang usahanya. Terdapat dua kemungkinan yang akan ditemui apabila perusahaan tidak teliti dalam melakukan perhitungan harga pokok yaitu:

1. Harga yang diperhitungkan terlalu tinggi

Perusahaan yang tidak teliti dalam menghitung harga pokok sehingga harga pokok menjadi terlalu tinggi akan menimbulkan masalah bagi perusahaan, karena harga pokok yang tinggi dapat menyebabkan harga jual produk di pasaran menjadi mahal. Dengan harga yang tinggi tersebut, perusahaan akan sulit dalam memasarkan hasil produksinya, dan kalah dalam persaingan bisnis dengan perusahaan lain, sebab konsumen akan lebih memilih produk sama dengan harga yang lebih rendah, dan memiliki kualitas yang sama.

2. Harga pokok yang diperhitungkan terlalu rendah

Perusahaan yang tidak teliti dalam menghitung harga pokok produksi yang menyebabkan harga pokok terlalu rendah dapat merugikan perusahaan itu sendiri. Harga pokok yang rendah akan menyebabkan harga jualnya menjadi rendah. Di satu sisi produsen dapat menjual produknya dengan cepat karena harga jual yang rendah, tetapi di sisi lain hal ini dapat merugikan perusahaan karena pendapatan yang diperoleh tidak dapat menutupi biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi.

Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Terdapat dua metode dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi (Mulyadi, 2005: 17), yaitu:

1. **Full Costing**

Full costing merupakan metode penentuan biaya produksi yang mempertimbangkan semua unsur biaya ke dalam biaya produksi. Dengan demikian biaya produksi menurut metode ini adalah sebagai berikut:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	xxx

Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	xxx
------------------------------------	-----

Biaya produksi	xxx
----------------	-----

Biaya produksi yang dihitung dengan pendekatan *full costing* terdiri dari unsur biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel, biaya *overhead* pabrik tetap, ditambah biaya non produksi (biaya pemasaran dan biaya administrasi, dan umum).

2. *Variable Costing*

Variable Costing dimana untuk menentukan biaya produksi yang dihitung hanyalah biaya produksi yang bersifat variabel. Dengan demikian maka biaya produksi menurut metode ini yaitu:

Biaya bahan baku	xxx
------------------	-----

Biaya tenaga kerja langsung	xxx
-----------------------------	-----

Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	xxx
---------------------------------------	-----

Biaya produksi	xxx
----------------	-----

Biaya produk yang dihitung dengan pendekatan *variable costing* terdiri dari unsur biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel, ditambah biaya non produksi (biaya pemasaran dan biaya administrasi, dan umum).

Sedangkan menurut proses produksinya, biaya pokok produksi dapat ditentukan dengan dua metode, yaitu:

1. Penentuan Harga Pokok Pesanan

Sulastriningsih & Zulkifli, (1999:91) karakteristik sistem penentuan harga pokok pesanan yaitu:

- a. Kegiatan produksi dilakukan atas dasar pesanan
- b. Biaya produksi dikumpulkan untuk setiap pesanan sehingga perhitungan total biaya produksi dihitung saat pesanan selesai
- c. Biaya produksi dikumpulkan berdasarkan kartu harga pokok pesanan.

d. Penentuan harga pokok per unit dilakukan setelah harga produk pesanan selesai.

2. Penentuan Harga Pokok Proses

Menurut Garrison, (2006: 205), perbedaan antara kedua sistem ini disebabkan oleh dua faktor, yaitu aliran unit dalam perhitungan biaya berdasarkan terus menerus dan masing-masing unit tidak bisa dibedakan. Karakteristik sistem penentuan biaya pokok proses ini yaitu:

- a. Seluruh unit produk identik dan diproduksi terus menerus
- b. Biaya dihitung per departemen
- c. Laporan departemen produksi merupakan dokumen penting yang menunjukkan akumulasi biaya per departemen.
- d. Biaya per unit dihitung per departemen

Dasar-Dasar Analisis Biaya Volume Laba

1. Pengertian Dan Perhitungan Titik Impas

Analisis titik impas (*break event point*) menurut Garrison, (2006: 334) merupakan tingkat penjualan dimana laba perusahaan sama dengan nol. Titik impas dapat dihitung dengan menggunakan metode persamaan (*equation method*) dan margin kontribusi (*contribution margin*).

a. Metode persamaan

Metode persamaan memusatkan pada pendekatan kontribusi hingga laporan laba rugi. Bentuk dari laporan laba rugi digambarkan dalam persamaan berikut:

$$\text{Laba} = (\text{Penjualan} - \text{Beban Variabel}) - \text{Beban Tetap}$$

Mengubah sedikit persamaan ini, maka menghasilkan persamaan berikut:

$$\text{Penjualan} = \text{Beban Tetap} + \text{Beban Variabel} + \text{Laba}$$

b. Metode margin kontribusi

Metode margin kontribusi pada dasarnya hanyalah versi jalan pintas dari metode persamaan. Metode margin kontribusi adalah metode yang memusatkan pada setiap unit yang terjual dengan memberi sejumlah margin kontribusi yang akan menutup biaya tetap, untuk menentukan jumlah unit yang harus terjual guna mencapai titik impas. Hal ini dapat dilakukan dengan cara:

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{Penjualan Bersih} - \text{Biaya Variabel}$$

Variasi dari metode ini menggunakan rasio CM bukan margin kontribusi per unit. Hasilnya adalah titik impas dalam bentuk rupiah penjualan bukan unit yang terjual.

$$\text{Kontribusi Margin per unit} = \\ \text{Harga Jual per unit} - \text{Biaya Variabel per unit}$$

Pendekatan ini berbasis rasio CM, sangat berguna khususnya pada situasi dimana perusahaan memiliki berbagai lini produk dan ingin menghitung satu titik impas untuk keseluruhan perusahaan.

2. Analisis Target Laba

Rumus biaya volume laba dapat digunakan untuk menentukan volume penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba. Misalkan, perusahaan menginginkan laba \$40.000 perbulan. Maka produk yang harus terjual dapat dicari dengan cara:

$$\begin{aligned} \text{Penjualan} &= \text{Beban Tetap} + \text{Beban Variabel} + \text{Laba} \\ \$250Q &= \$35.000 + \$150Q + \$40.000 \\ \$100Q &= \$75.000 \end{aligned}$$

$$Q = \$75.000 : \$100$$

$$Q = 750 \text{ unit}$$

Dan dapat juga dapat juga dicari dengan cara pendekatan margin kontribusi, yaitu = $(\$35.000 + \$40.000) : \$100 = 750 \text{ unit}$

Penerapan Konsep Biaya Volume Laba

Menurut Supriyono, (1987: 549) penerapan konsep biaya volume laba dapat dipakai oleh manajemen untuk menghadapi berbagai kemungkinan kondisi yang dapat mempengaruhi pembuatan keputusan, dan perencanaan laba melalui analisis terhadap perubahan faktor-faktor yang mempengaruhi laba. Faktor-faktor tersebut meliputi:

1. Perubahan harga jual per unit produk, barang dagangan, atau jasa yang akan dijual.
2. Perubahan jumlah total biaya tetap.
3. Perubahan biaya variabel per unit.
4. Kombinasi perubahan harga jual per unit, total biaya tetap, biaya variabel per unit, dan volume penjualan.

BAB III

MENGEMAS PRODUK EKSPOR

3.1 Mempersiapkan Kemasan Produk Ekspor

Kemasan merupakan desain kreatif yang berkaitan dengan material, bentuk, warna, struktur, citra, tipografi, dan elemen-elemen desain yang berisi informasi produk, supaya produk dapat dipasarkan. Kemasan dipakai untuk membungkus, mengirim, mengidentifikasi, melindungi, mengeluarkan, menyimpan, dan membedakan sebuah produk di pasar (Klimchuk dan Krasovec, 2006: 33).

Pengertian pengemasan sesuai pendapat Kotler & Keller (2009: 27), merupakan kegiatan mendesain dan memproduksi bungkus atau wadah sebagai sebuah produk. Umumnya fungsi utama dari kemasan supaya menjaga produk, tetapi sekarang kemasan merupakan faktor yang cukup penting sebagai alat pemasaran (Rangkuti, 2010: 132).

Kemasan yang didesain dengan baik dapat mendorong penjualan, dan membangun ekuitas merek. Bagian pertama produk yang dihadapi pembeli adalah kemasan, yang mampu menarik atau bahkan dapat menyingkirkan pembeli. Produsen yang melakukan pengemasan suatu produk, mempunyai tujuan agar dapat merebut minat konsumen terhadap pembelian barang. Produsen ingin memberikan kesan yang baik pada kemasan produknya, dan menciptakan model kemasan baru yang tidak sama dengan produsen lain, yang memproduksi produk-produk sejenis dengan pangsa pasar yang sama.

Tidak sedikit perusahaan yang memperhatikan kemasan suatu barang, karena fungsi kemasan dianggap tidak hanya sebagai pembungkus, namun jauh lebih luas dari pada itu. Menurut pendapat Simamora (2007), pengemasan memiliki dua fungsi, antara lain:

1. Fungsi Protektif

Berkaitan dengan proteksi produk, saluran distribusi, perbedaan iklim, dan prasarana transportasi, yang semua berimbas pada pengemasan. Dengan kemasan yang protektif, menjadikan konsumen lebih aman, sehingga tidak perlu menanggung risiko pembelian produk cacat atau rusak.

2. Fungsi Promosional

Umumnya peran kemasan dibatasi pada perlindungan produk, tetapi kemasan juga dipakai sebagai sarana promosional. Berkaitan dengan promosi, maka pertimbangan perusahaan adalah preferensi konsumen tentang tampilan, warna, dan ukuran.

Gambaran tentang pengemasan adalah ilmu pengetahuan dan teknologi dari persiapan barang untuk pemasaran dan pengangkutan hingga pada konsumen akhir dengan kondisi baik, dan harga semurah mungkin. Menurut sifat mutu performa yang tergantung pada permintaan industri pemakai, maka fungsi kemasan yaitu:

1. Perlindungan produk
2. Persentasi pemasaran (promosi)
3. Informasi bagi konsumen tentang pemakaian produk dan identitas
4. Penyimpanan/pergudangan (untuk memperpanjang umur simpan)
5. Pengangkutan dan distribusi

Identifikasi Produk untuk Spesifikasi Kemasan

Jenis kemasan berdasarkan struktur isi, dibagi atas tiga jenis, antara lain:

1. Kemasan Primer, ialah bahan kemas langsung yang mewadahi bahan pangan (kaleng susu, botol minuman, dan lain-lain).
2. Kemasan Sekunder, ialah kemasan yang berfungsi melindungi kelompok kemasan lainnya, contohnya: kotak kayu untuk wadah

- buah-buahan yang dibungkus, kotak karton untuk wadah kaleng susu, dan lain-lain.
3. Kemasan Tersier dan Kuarter, ialah kemasan yang digunakan untuk identifikasi, menyimpan, atau pengiriman. Umumnya kemasan tersier dipakai sebagai pelindung dalam masa pengangkutan.

Jenis kemasan berdasarkan frekuensi pemakaiannya, dibagi atas tiga jenis, antara lain:

1. Kemasan sekali pakai (*Disposable*), ialah kemasan yang langsung dibuang setelah digunakan satu kali. Misalnya: makanan kaleng, bungkus plastik, bungkus permen, bungkus daun, karton dus.
2. Kemasan yang dipakai beberapa kali (*Multi Trip*), ialah kemasan yang dikembalikan pada agen penjual, kemasan yang tidak dibuang oleh konsumen, kemudian oleh pabrik dimanfaatkan ulang. Contohnya: botol minuman dan botol kecap.
3. Kemasan yang tidak dibuang (*Semi Disposable*), ialah kemasan yang umumnya dipakai untuk kepentingan lain di rumah konsumen setelah digunakan. Misalnya: berbagai jenis botol, kaleng biskuit, dan kaleng susu.

Jenis kemasan berdasarkan tingkat kesiapan pakai, dibagi atas dua jenis, antara lain berikut ini:

1. Kemasan siap pakai, ialah bahan kemas sejak keluar dari pabrik, telah siap untuk diisi dengan bentuk yang telah sempurna. Misalnya: wadah kaleng, wadah botol, dan lain-lain.
2. Kemasan siap dirakit, ialah kemasan sebelum pengisian perlu tahap perakitan, contohnya: kaleng dalam bentuk lempengan dan silinder fleksibel, wadah yang terbuat dari foil, kertas, atau plastik.

Memilih Bahan Kemasan Produk Ekspor

Jenis kemasan sesuai sifat material pengemasan dan aplikasinya, dibagi atas:

a. Kemasan Fleksibel (*Flexible Packaging Materials*)

Umumnya kemasan fleksibel dibuat dari bahan film, kertas dan aluminium foil, digunakan pada pengemasan primer, eceran/ritel, baik dari bahan baku tunggal maupun multilapis (*multi-laminated materials*).

Penggunaan dan keuntungan pada pengemasan fleksibel, antara lain:

- Memberikan perlindungan produk yang dikemas dari air, kelembaban, sinar matahari, temperatur tinggi/rendah, minyak dan lain sebagainya.
- Aroma awet dan higienis, produk segar dan tetap bersih, waktu simpan lebih lama (*shelf life*), aroma tidak cepat hilang.
- Adanya kemudahan bagi konsumen: dibandingkan kemasan gelas dan kaleng lebih ringan, dan isinya sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
- Memberikan nilai tambah dan daya jual: identitas dan daya tarik penampilan kemasan dapat meningkatkan nilai tambah dan daya jual produk yang dikemas.
- Efisiensi dan efektif: pengemasan fleksibel dilakukan dengan manual (dengan tangan), semi otomatis atau otomatis penuh. Hal ini tergantung dari kapasitas produksi yang paling efisien dengan biaya efektif.

Yang perlu diperhatikan dalam pemilihan jenis kemasan fleksibel, adalah didasarkan pada perhatian dan analisa hal-hal sebagai berikut:

- Bentuk fisik produk: bubuk, cair, pasta, padat teratur/tidak teratur, dan lain-lain.

- Hasil cara pengolahan: rebusan, gorengan, bakaran, asapan, peragian atau pengawetan sistem lain.
 - Bahan baku dan tambahannya: gula, beras, terigu, kelapa, garam, dan lain-lain..
 - Daya tahan bahan/produk pada umumnya.
 - Tujuan pasaran: lokal tradisional, toserba/supermarket, ekspor.
 - Sistem pengemasannya: dengan tangan, semi otomatis atau otomatis penuh.
- b. Kemasan Kotak Karton Lipat (KKL) dan Kotak Karton Gelombang (KKG)

Umumnya kemasan kertas karton (*Paperboard Packaging Materials*) bahan bakunya dibuat dari kertas karton dan digolongkan atas dua jenis kemasan:

1. Kemasan Kotak Karton Lipat (KKL)/*Folding Carton Box*

Pada umumnya kemasan KKL dibuat dari bahan karton dupleks dengan inovasi dan pengembangannya untuk mendapatkan mutu performa yang diminta pemakai/pelanggan industri. Digunakan sebagai kemasan primer atau sekunder tergantung pada produk yang dikemas. Kemasan KKL diaplikasikan sangat luas, sebab kemampuan kemasan ini memenuhi fungsi perlindungan, untuk presentasi dan mudah dipakai. Perlindungan dari remuk, melengkung, kontaminasi, lemak, lembab, dll. Bagi konsumen, kemasan KKL memberikan kemudahan dalam membuka dan menutup kembali. Kemampuan dicetak dengan desain grafis mutu tinggi, dan bisa dilipat dengan berbagai bentuk menarik. Penggunaan kemasan KKL pada banyak produk makanan maupun non makanan, contoh: coklat, kue, biskuit dan sereal, susu dan produk olahan susu, daging dan ikan, dan makanan beku.

2. Kemasan Kotak Karton Gelombang (KKG)/*Corrugated Carton Box*

Kemasan ini dikenal dengan istilah *Master Carton* atau *Master Box* (MB), berisi produk dalam kemasan primer/sekunder yang dipakai untuk pengangkutan, distribusi, dan penyimpanan di gudang. Kemasan KKG digunakan pada pengangkutan dan penyimpanan produk terkemas, sebab sifat mutu performa yang sangat mendasar, antara lain:

- Ketahanan tekanan KKG (*Box Compression Strength*), ditunjukkan dengan mutu performa daya susun tidak ambruk di gudang penyimpanan, dan tidak penyok.
- Ketahanan retak (*Bursting Strength*), ditunjukkan dengan mutu performa tahan sobek dalam penanganan dan pengangkutan produk terkemas.

c. Kemasan Gelas (*Glass Packaging Materials*)

Keunggulan dan kelemahan kemasan gelas:

- Sifat kelembaman (*Inertness*) merupakan keuntungan utama pada kemasan gelas terhadap makanan dan non makanan, contoh: botol gelas lembam terhadap produk berasam, yang sifatnya tidak dimiliki oleh kemasan kaleng logam.
- Difusi gas O₂ dan CO₂ lewat gelas untuk tujuan praktis adalah nol, hal ini merupakan keunggulan kedua.
- Kemasan gelas memiliki dua kelemahan pokok yaitu berat dan mudah pecah.

d. Kemasan Kaleng Logam (*Metal Can Packaging*)

Kemasan kaleng logam merupakan sistem pengemasan makanan tertua, yang diawetkan untuk waktu lama. Pada pengemasan ini bahan baku utama yang digunakan ialah pelat timah (*Tin Plate*), lembaran baja ringan (*Mild Steel Sheet*), aluminium dan campurannya (*Aluminium Alloy*).

Jenis standar pelat logam dalam pembuatan kaleng, antara lain:

- *Black Plate*: bahan kaleng pengemasan non korosif dan non makanan.
- *Tin Plate: low carbon steel plate*, berlapis tipis dari timah, dipakai untuk kaleng mutu umum.
- *TFS Plate: Tin Free Steel Plate*, setelah melalui perlakuan pelapisan dengan bahan sesuai mutu performa yang dipakai pada produk yang akan dikemas, bahan bakunya populer.
- *2 CR Plate: Double Cold Reduced Steel Plate*, memiliki *hardness* (kekerasan) tinggi yaitu 25-50% pengurangan tebal pelat, dipakai dengan teknologi tinggi pada proses pembuatan kaleng.

Standar mutu dasar baja untuk pelat timah:

- Type L: untuk bahan kemasan produk korosif dengan keasaman tinggi, contoh: jus apel, beri, dan lain sebagainya.
- Type T: telah diuji ketahanan korosifnya. Pembuatan kaleng dengan *two-piece (seam less) seam, deep drawing*.
- Type MR: untuk bahan kemasan kaleng produk korosif moderat, produk sedikit asam, contoh : *grape fruits*, dan lain sebagainya.
- Type MC: alternatif dari type MR, untuk kekuatan teknis tinggi, produk korosif sedang, contoh: ikan, daging, jagung.
- Type N: *Nitrogenized steel plate*, untuk kombinasi type MR, L, atau MC untuk bahan kemasan produk korosif lebih tinggi.

Keunggulan dan kelemahan penggunaan kemasan kaleng logam

Keunggulan:

- Memiliki kemampuan untuk sterilisasi dapat dipanaskan, dan cepat mendingin.
- Fisik kuat tanpa berat ekstra.
- Kedap sinar, udara dan air.

Kelemahan:

- Kaleng tidak lembam terhadap kimia dan dapat bereaksi dengan lingkungan dan isinya, meskipun telah dilapisi timah dan bahan lapisan lainnya, namun korosi masih tetap bisa timbul.
- Beberapa produk makanan dan minuman sangat sensitif kehilangan rasanya, karena terbukanya kaleng logam.

e. Kemasan Plastik Rigid (*Plastic Rigid/Molded Packaging Materials*)

Bahan baku kemasan plastik rigid adalah plastik Polystyrene (PS), Polyolefine (PE dan PP), Polycarbonate (PC) dan Polyethylene Terephthalate (PET/Polyester).

Karena sifat teknik dan ekonomisnya, maka terpilihnya kemasan plastik ini dalam bentuk botol kendi (*jars*), nampan (*trays*) dari pada kemasan umum dari gelas, logam dan karton.

Kemasan plastik rigid memiliki keunggulan berat taranya yang rendah dibandingkan gelas, dan ketahanan korosi dibandingkan kaleng logam:

- Secara praktis tidak terpengaruh oleh air atau uap air, meskipun tidak kedap terhadapnya.
- Dibandingkan dengan gelas, tidak mudah pecah.
- Lebih efisien diproduksi dibanding botol gelas dan kaleng logam.

Kelemahan utama kemasan plastik rigid:

- Memiliki ketahanan panas yang rendah. Tidak banyak material akan tahan pada temperatur, jika dipakai dalam sterilisasi atau pasteurisasi.
- Semua bahan baku plastik kurang lebih sensitif terhadap difusi uap air, gas, dan sari rasa mudah menguap.
- Kemasan plastik digunakan pada produk makanan hanya satu kali pakai. Sebab material plastik cenderung mengisap komponen bau dan lemak dari makanan yang sulit dihilangkan.

Pemilihan aplikasi kemasan plastik rigid sesuai bahan bakunya:

- HDPE dan LDPE digunakan untuk botol makanan dan deterjen, namun bukan untuk penampilan mutu tinggi.
- PP digunakan untuk botol yang dapat disterilkan bersama isi produk.
- Botol PVC digunakan untuk sirup, produk air minum, *soft drink*, minyak goreng, saos kecap, dan sari buah, jika waktu perputarannya pendek ke menengah.
- Botol TS jarang digunakan untuk makanan, sebab bau memiliki daya tembus uap air tinggi.
- PC (*Poly Carbonate*) mempunyai stabilitas dimensi baik sekali, tahan panas, rigid, transparan, dan tahan benturan. PC mempunyai daya tahan tinggi terhadap noda oleh kopi, teh, sari buah dan saos tomat. Botol PC digunakan untuk pakai ulang air minum isi 5 galon.
- Sekitar 80% Botol PET digunakan untuk *soft drink*, anggur, makanan, oleh sebab ringan, rigiditas tinggi dan daya tahan gas baik sekali.

Desain Kemasan Produk Ekspor

Salah satu faktor penting yang dapat menguatkan *branding* bisnis dalam persaingan yang semakin ketat adalah desain kemasan produk. Desain kemasan yang menarik dan berkualitas menjadi pembeda antara *brand* perusahaan dengan kompetitor.

Perusahaan dapat menyampaikan informasi tentang identitas bisnis seperti logo, kualitas produk, dan sebagainya, melalui desain kemasan produk. Hal seperti ini tentu bisa menarik perhatian pelanggan untuk jatuh cinta pada produk tersebut.

Yang penting untuk diketahui bahwa kemasan suatu produk yang menarik tidak harus rumit dan mahal, yang dibutuhkan ialah kreatif dan

mengerti keseimbangan antara efektivitas dan efisiensi. Dengan begitu, produk akan lebih *stand out* serta menarik perhatian orang yang melihat, sehingga kesempatan konsumen untuk terlibat pada produk akan semakin besar.

Desain kemasan produk yang unik dan menarik harus memiliki karakter yang berbeda dengan produk serupa lainnya. Perlu diingat bahwa sebuah desain yang menarik harus dapat merefleksikan nilai-nilai dari produk itu sendiri dan juga bisnis. Bagi pelaku bisnis yang telah berpengalaman, hal ini sangat diperhatikan karena dapat membantu proses pemasaran. Fungsi desain kemasan produk yang menarik, antara lain:

- Mendukung pemasaran, didalam desain kemasan tersebut mengandung informasi penting contoh: jenis produk, merek bisnis, kandungan gizi, label produk, *expire date*, alamat dan keterangan produsen.
- Meningkatkan kualitas produk dan *brand awereness*, konsumen semakin mengenal produk tersebut, sekaligus dipercaya dan juga calon konsumen baru.
- Melindungi kualitas barang di dalamnya, untuk pakaian menjadi tidak kusut, pada makanan menjadi lebih awet, alat elektronik tetap aman terjamin, dan dapat digunakan.

Dalam mendesain *packaging* agar unik dan menarik diterapkan beberapa hal penting yang dapat mempengaruhi keberhasilan sebuah bisnis. Berikut hal-hal yang perlu diperhatikan dalam membuat desain kemasan agar lebih menarik, yaitu:

1. Pilih warna yang tepat

Pemilihan warna kemasan pada suatu produk sangatlah penting, sebab hampir 90% dari pembelian berdasarkan warna. Jadi harus mengetahui peran dan arti warna dalam desain kemasan, misalnya:

- Merah melambangkan hasrat, kekuatan, cinta dan keberanian.
 - Kuning melambangkan energi, serta kebahagiaan.
 - Oranye melambangkan kesan senang, kehangatan atau tekad.
 - Hijau melambangkan kesegaran, alam, atau uang.
 - Biru melambangkan ketenangan, otoritas, atau maskulinitas.
 - Ungu melambangkan kreativitas, royalti, atau misteri.
 - Merah muda melambangkan rasa ramah, feminitas.
2. Pilih bentuk kemasan yang sesuai

Pada kemasan produk maskulin sering ditemui mempunyai bentuk persegi panjang, seperti kotak, sedangkan pada produk feminim umumnya lebih melengkung, hal ini ternyata bukanlah kebetulan. Ada pertimbangan psikologi dalam bentuk kemasan tersebut, tersembunyi di balik target pasar, untuk itu membuat desain kemasan hendaknya sesuai dengan itu. Meskipun desain yang menonjol itu penting, namun perlu juga diingat bagaimana produk dapat bersaing di industri ritel. Jika diperlukan bisa berkonsultasi dengan beberapa desainer kemasan untuk membuat bentuk kemasan yang tepat sesuai dengan bisnis dan target pasar.
 3. Buat agar mudah dimengerti

Pelanggan perlu mengerti tentang produk dengan cepat. Waktu yang dimiliki hanya beberapa detik untuk membuat pelanggan dapat memahami saat pertama kali melihatnya. Salah satu cara yakni menggunakan bahasa yang sederhana, cara ini sangat penting untuk meningkatkan kemungkinan seseorang akan memahami apa yang dijual dan membuat konsumen lebih cenderung untuk membelinya.
 4. Gunakan kalimat sederhana

Pada desain kemasan makanan, disamping identitas atau komposisi barang itu sendiri, seringkali ditemukan berbagai tulisan. Contohnya kata-kata persuasif, kalimat slogan, nama *brand*, dan sebagainya.

Meskipun ingin dibuat menarik tetapi hindari penggunaan kalimat berlebihan, atau kurang penting yang mampu membuat bingung para konsumen. Pakailah gaya bahasa sederhana, mudah diingat tetapi mampu menginterpretasikan tujuan maupun barang tersebut.

3.2 Mengemas Produk Ekspor

Eksportir harus memahami bahwa lancar atau tidaknya pengiriman barang ke luar negeri tergantung pada cara mengemas barang. Ada empat potensi masalah yang harus dipahami oleh eksportir ketika merancang sebuah pengiriman, yaitu: kerusakan, kelembaban, pencurian dan kelebihan berat.

Umumnya, kargo dibawa dalam kontainer, tapi kadang-kadang masih dikirim sebagai kargo *breakbulk*. Selain penanganan yang normal ditemui dalam transportasi domestik, pengiriman *breakbulk* diangkut oleh angkutan laut dapat dimuat di atas kapal dalam jaring atau dengan sling, *conveyor*, atau parasut, yang menempatkan suatu *strain* ditambahkan pada paket. Di luar negeri, fasilitas penanganan mungkin tidak kurang canggih, sehingga kargo bisa diseret, didorong, digulung, atau diturunkan dengan paksa selama bongkar, sambil bergerak melalui bea cukai, atau transit ke tujuan akhir.

Kelembaban bisa terjadi sebab kondensasi yang berkembang dalam palka kapal, walaupun telah dilengkapi dengan AC dan *dehumidifier*. Aspek lain dari masalah ini adalah bahwa kargo juga dapat terbongkar oleh curah hujan, atau pelabuhan asing mungkin tidak memiliki fasilitas penyimpanan, sehingga perlu ditambahkan risiko pencurian.

Pembeli yang telah mengenal sistem pelabuhan di luar negeri, sering menentukan persyaratan kemasan. Jika pembeli tidak menentukan ini, maka barang disusun memakai pedoman berikut ini:

- Dikemas dalam wadah yang kuat, terisi dengan penuh dan disegel dengan cukup bila memungkinkan.

- Untuk memberikan *bracing* yang tepat dalam wadah, terlepas dari ukuran, pastikan berat merata.
- Barang harus *palletized* dan bila mungkin dikemas.
- Paket dan filler kemasan harus terbuat dari bahan tahan kelembaban.
- Agar terhindar dari pencurian, maka perlu menghindari penulisan isi atau nama merek pada paket. Pengamanan lainnya bisa memakai segel, tali, dan pembungkus yang kuat.
- Mengamati setiap bahan berbahaya dan produk yang spesifik sesuai dengan persyaratan kemasan.

Salah satu metode yang sering digunakan adalah dengan memakai pengiriman kontainer yang diperoleh dari operator atau perusahaan *leasing* swasta. Bentuk kontainer memiliki variasi dalam ukuran, bahan, dan konstruksi dan mengakomodasi sebagian kargo, tetapi yang paling cocok untuk paket dengan ukuran dan bentuk standar. Disamping itu terdapat kontainer untuk barang cair dan barang yang perlu didinginkan. Berbagai kontainer tidak lebih dari trailer semi truk terangkat dari roda, diletakkan pada sebuah kapal di pelabuhan ekspor, dan selanjutnya dipindahkan ke satu set roda di pelabuhan impor.

Biasanya, pengiriman udara membutuhkan kemasan kurang berat dibandingkan pengiriman laut, walaupun barang tersebut tetap harus dilindungi. Pada beberapa kasus, kemasan domestik standar dapat diterima, apabila produk tersebut tahan lama.

Akhirnya, karena biaya transportasi ditentukan oleh volume dan ringan/beratnya suatu kemasan, maka pada pengiriman barang ekspor perlu dipertimbangkan untuk mengemas barang dengan baik. *Packing* barang yang baik dapat meminimalkan volume dan berat, sehingga dapat menghemat uang. Disarankan menggunakan sebuah perusahaan

profesional yang dipekerjakan untuk mengemas produk, layanan ini biasanya diberikan dengan biaya moderat.

Membuat Kemasan Produk Ekspor

Ketika memulai sebuah bisnis tentunya banyak hal yang harus dipersiapkan dan juga dibutuhkan, apalagi jika bisnis yang ingin dijalankan tersebut adalah bisnis yang membuat produk dan bukan dalam bentuk jasa, sehingga diperlukan kemasan untuk produk tersebut.

Dalam membuat kemasan produk, hal yang pertama adalah faktor kenyamanan dan keamanan. Guna membantu pemasaran, kemasan yang nyaman dan aman saja tidaklah cukup, namun kemasan harus mempunyai keunikan, agar mudah dikenali dan memiliki kesan mendalam bagi konsumen. Berikut ini adalah cara membuat kemasan yang unik dan menarik agar produk tersebut memenangkan persaingan pasar:

1. Gunakan Desain yang Sederhana

Dalam rangka membuat sebuah kemasan yang baik dan menarik, salah satu hal yang penting adalah desainnya. Desain yang dibuat hendaknya simpel namun tetap menarik, jangan terlalu rumit sebab akan menimbulkan kesan yang kurang baik dan akan membingungkan konsumen. Desain kemasan produk yang dibuat adalah yang mudah dibawa, dan lebih mudah dikonsumsi para konsumen. Walaupun simpel namun juga harus tetap unik.

2. Gunakan Warna Cerah dan Berbeda

Untuk membuat kemasan produk yang unik dan menarik diperlukan pemilihan warna-warna cerah dan berbeda. Dengan mengadakan riset pada kompetitor produk serupa, dapat diperhatikan warna-warna yang umum dipakai pada produk tersebut, dan mulailah untuk menentukan warna yang berbeda. Warna yang menjadi salah satu pilihan tepat digunakan adalah warna cerah, sebab terkesan

mencolok dan berbeda apabila diletakkan berdampingan dengan produk lain di rak maupun etalase toko.

3. Manfaatkan Gambar yang Menarik

Umumnya, orang Indonesia memiliki kecenderungan mudah menerima sesuatu yang berbaur visual, oleh karena itu gambar yang menarik akan meningkatkan minat bagi pembeli. Gambar tidak harus tentang produk tersebut, namun dapat ditambahkan karikatur atau gambar-gambar lucu yang secara tidak langsung terkait dengan pencitraan produk, tanpa menimbulkan kesan kaku.

4. Tambahkan Data Legalitas dari Lembaga Pemerintah

Salah satu hal yang tidak kalah penting yaitu mencantumkan data legalitas dari lembaga pemerintahan yang berwenang dengan produk-produk tersebut, sehingga produk itu lebih terjamin kesehatannya dan lebih terpercaya. Contohnya legalitas dari Badan Pengawas Makanan dan Obat, Dinas Kesehatan, maupun sertifikasi halal.

5. Tambahkan Informasi Penting Dengan *Font* Menarik

Tahap selanjutnya setelah menentukan warna, adalah informasi yang perlu dicantumkan pada kemasan produk tersebut, sebab pentingnya informasi itu bagi konsumen. Informasi yang dibuat hendaknya singkat jangan terlalu padat, dengan gambar yang unik dan bentuk huruf yang menarik, agar konsumen mengetahui keunikannya dan tidak mengabaikan informasi tersebut.

6. Gunakan Kemasan dengan Bahan Berbeda dan Terjangkau

Agar dana yang digunakan tidak terlalu besar, tanpa harus meninggalkan kesan kemasan produk yang unik dan berbeda, mulailah menggunakan alternatif bahan *packaging* dari kertas daur ulang atau bahan daur ulang lainnya selama hal tersebut aman dan tidak mempengaruhi kualitas produk. Dengan penggunaan kemasan daur ulang, ada beberapa manfaat yang diperoleh, antara lain:

produk tersebut akan dikenal sebagai produk ramah lingkungan, harga lebih ekonomis, dan karena tekstur bahan daur ulang cenderung berbeda dibanding bahan lain maka akan terkesan unik

Dalam rangka mendukung proses pembuatan kemasan produk yang menarik dan unik, maka setiap perusahaan perlu menghitung dengan cermat biaya anggaran yang diperlukan selama proses berlangsung, dimulai dari pembuatan desain, pengadaan material hingga pada proses produksi.

3.3 Melabel Produk Ekspor

Label untuk produk ekspor berbeda dengan produk impor. Label produk ekspor biasanya disesuaikan dengan aturan dari negara yang dituju. Dengan demikian bisa terjadi label untuk sebuah produk akan berbeda-beda sesuai aturan negara yang dituju. Sama halnya yang terjadi pada produk impor di Indonesia. Pelabelan produk impor diatur oleh pemerintah dalam Peraturan Menteri Perdagangan RI No:73/M-DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label Dalam Bahasa Indonesia Pada Barang. Secara jelas aturan ini terdapat pada pasal 5, yang salah satunya mewajibkan label berbahasa Indonesia pada kemasan terkait kesehatan konsumen dan lingkungan hidup untuk semua produk Impor.

Pasal 5 Permendag 2015 mengatur lebih luas mengenai identitas pelaku usaha yang harus dicantumkan dalam label. Label tak hanya wajib memuat identitas produsen atau importir, tetapi juga harus menyertakan identitas pedagang pengumpul. Kewajiban tersebut hanya berlaku jika barang yang diperdagangkan merupakan hasil produksi pelaku usaha mikro maupun pelaku usaha kecil.

Sebagaimana ditentukan dalam Pasal 13, produsen, importir, atau pedagang pengumpul yang melakukan pelanggaran bisa terkenda

pencabutan perijinan di bidang perdagangan atau izin usaha lain. Sebelumnya, penentuan sanksi atas tindakan itu merujuk pada UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Adapun UU Perlindungan Konsumen mengatur bahwa pelanggaran mengenai pencantuman label bisa dikenakan sanksi pidana. Menurut Pasal 62, pelaku usaha atau pengurus perusahaan yang melanggar, bisa dijera hukuman penjara paling lama lima tahun. Selain itu, ada pula ancaman pidana denda hingga Rp2 miliar.

Aturan diatas memberikan gambaran bahwa setiap negara memiliki ketentuan yang berbeda terkait produk dari luar. Salah satu tujuannya adalah melindungi konsumen dan dipihak lain tentu melindungi industri dalam negeri. Oleh karena itu untuk mengantisipasi terjadinya pelanggaran, eksportir harus berkoordinasi dengan pihak pembeli untuk mengetahui aturan yang berlaku di negara tujuan ekspor dalam hal pelabelan produk.

Menyiapkan Desain Label

Membuat Desain Label Produk yang menarik, antara lain:

1. Buat Tulisan yang Mudah Dibaca

Label dari suatu produk meliputi tulisan-tulisan yang berisi informasi tentang produk yang dijual, baik merek produk, nama perusahaan, bahan pembuat atau kandungannya, serta deskripsi dan *tagline* produk tersebut.

2. Padu-padan Tipografi

Area label produk umumnya tidak banyak disediakan untuk gambar. Maka dari itu, penting bagi para desainer untuk melakukan padu-padan tipografi yang seimbang. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan kontras terhadap informasi yang hendak disampaikan. Tujuan utama dari tipografi adalah menampilkan hubungan dari setiap informasi yang ada serta pilihan-pilihan berbeda dari setiap

produk. Untuk memaksimalkan efek dari tipografi, gunakan huruf-huruf yang merepresentasikan produk yang dijual. Sebagai contoh ketika menjual bumbu pedas, gunakanlah huruf berwarna merah.

3. Menyediakan Area Putih

Area putih atau latar belakang kosong adalah hal yang penting dalam desain label produk. Area putih membantu memilah-milah dan membedakan area informasi bagi para konsumen. Hal ini berkaitan dengan kemudahan membaca instruksi dan berbagai informasi yang ada. Area putih mengindikasikan ketenangan dari suatu produk. Hal ini banyak dipakai pada produk bayi, produk kecantikan, dan produk kesehatan.

4. Beri Ilustrasi

Pada desain label produk memerlukan ilustrasi untuk menjelaskan secara tegas dan jelas tentang produknya. Contohnya adalah produk-produk visual seperti minuman kaleng buah-buahan yang memerlukan kombinasi warna serta gambar ilustratif.

5. Jaga Orisinalitas

Orisinalitas desain label produk dapat membuat suatu produk mudah diingat, unik, dan memiliki nilai tinggi. Jauhilah desain yang serupa atau terlalu mirip dengan label produk milik kompetitor. Selain terlihat tidak profesional, kesamaan label produk juga bisa menjadi sumber kebingungan bagi para konsumen.

6. Ukuran yang Tepat

Jangan memaksakan desain label produk yang tidak sesuai dengan kemasan produk. Ada produk yang sesuai dengan label muka dan belakang, namun ada produk lainnya yang sesuai dengan label yang hanya terdapat di muka. Umumnya, apabila bagian belakang produk digunakan, artinya label bagian muka telah terisi informasi pokok tentang merek produk. Umumnya, bagian belakang produk digunakan untuk membangun identitas merek.

7. Mengutamakan Kualitas Cetak

Tidak peduli seindah apapun desain label dari suatu produk, jika ia tidak memiliki kualitas cetak yang baik, maka nilai produk akan langsung turun. Carilah cetakan label yang bagus dan mendukung, untuk menampilkan label pada produk secara visual dengan kualitas yang bagus. Hal ini dengan maksud untuk menghadirkan kesan pertama yang baik. Jika memakai stiker untuk membuat label, disarankan untuk mempelajari jenis bahan stiker yang ada di pasaran sehingga tidak salah memilih.

Dengan label yang menarik, identitas dari suatu merek bisa dibangun dengan baik, dengan cara memaksimalkan area putih, tipografi yang baik padu-padannya, orisinalitas desain, tulisan yang mudah dibaca, ilustrasi yang mendukung, ukuran huruf yang tepat, dan kualitas cetak yang baik. Dengan memperhatikan tujuh cara membuat desain ini, suatu produk memiliki peluang lebih besar dalam menciptakan impresi yang baik di mata calon konsumennya

Ketentuan dan Peraturan Label

Sesuai PP Nomor 69 tahun 1999 tentang label dan iklan pangan, label produk minimal berisi tentang nama produk, isi bersih atau berat bersih, serta alamat dan nama pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia.

1. Nama Produk Pangan

Di setiap produk pangan tercantum nama produk, yang berisi keterangan tentang identitas produk pangan yang menunjukkan keadaan dan sifat produk pangan yang sebenarnya. Bagi produk pangan yang telah ada pada Standar Nasional Indonesia, pemakaian nama produk sifatnya wajib.

2. **Keterangan Bahan yang digunakan dalam Pangan**

Keterangan tentang bahan yang dipakai ini diurutkan dari bahan yang paling banyak dipakai kecuali mineral, vitamin, dan zat penambah gizi lainnya. Begitu pula pengawet atau bahan tambahan pangan yang dipakai harus dicantumkan. Tentang pernyataan mengenai bahan yang diperkaya, ditambahkan, atau difortifikasi harus dicantumkan selama tidak menyesatkan dan benar dilakukan pada proses produksi.

3. **Berat Bersih Atau Isi Bersih Pangan**

Berat bersih atau isi bersih menjelaskan jumlah produk pangan yang tercantum pada kemasan produk tersebut. Keterangan berat bersih dijelaskan dalam satuan metrik contoh kilogram, gram, liter atau mililiter. Untuk produk makanan cair dijelaskan dalam ukuran isi dan produk makanan semi padat atau kental dijelaskan dalam ukuran isi atau berat, sedangkan produk makanan padat dinyatakan dalam ukuran berat.

4. **Nama dan Alamat Pabrik Pangan**

Penjelasan tentang nama dan alamat pabrik pada produk pangan adalah keterangan tentang nama dan alamat pihak yang memproduksi, memasukkan dan mengedarkan pangan ke wilayah Indonesia. Untuk nama kota, kode pos dicantumkan pada bagian utama label, sedangkan nama dan alamat dicantumkan dalam bagian informasi.

5. **Tanggal Kedaluwarsa Pangan**

Setiap produk pangan memiliki waktu kedaluwarsa yang terdapat pada label pangan. Keterangan kedaluwarsa merupakan batas akhir suatu pangan yang dijamin mutunya, apabila mengikuti petunjuk penyimpanan yang disampaikan oleh produsen. Pencantuman tentang keterangan kedaluwarsa terpisah dari

tulisan "Baik Digunakan Sebelum" dan dilengkapi dengan petunjuk tempat pencantuman tanggal kedaluwarsa.

6. **Nomor Pendaftaran Pangan**

Bagi peredaran pangan, pada label pangan wajib dilakukan pencantuman nomor pendaftaran pangan. Tanda yang diberikan untuk pangan baik yang diproduksi di dalam negeri maupun yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia. Untuk pangan olahan yang diproduksi di dalam negeri digunakan tanda MD, sedangkan untuk pangan olahan yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia digunakan tanda ML.

7. **Kode Produksi Pangan**

Kode produksi pangan adalah kode yang menjelaskan riwayat suatu produksi pangan yang diproses pada waktu dan kondisi yang sama. Kode produksi dilengkapi dengan tanggal produksi, yaitu tanggal, bulan dan tahun pangan tersebut diolah.

8. **Penggunaan atau Penyajian dan Penyimpanan Pangan**

Keterangan tentang petunjuk pemakaian dan atau penyimpanan dicantumkan pada pangan olahan yang membutuhkan penyiapan sebelum disajikan atau dipakai. Disamping itu, cara penyimpanan setelah kemasan dibuka juga harus dicantumkan pada pangan kemasan yang tidak mungkin dikonsumsi dalam satu kali makan. Selanjutnya pada pangan yang membutuhkan saran penggunaan atau saran penyajian dapat mencantumkan gambar bahan pangan lainnya yang sesuai, dan dilengkapi dengan tulisan saran penyajian.

BAB IV

PASAR TUJUAN EKSPOR

4.1 Identifikasi Pasar Tujuan Ekspor

Aspek penting yang perlu dilakukan dalam pemasaran internasional adalah mengidentifikasi peluang yang ada bagi produk ekspor. Untuk itu setiap kali eksportir Indonesia ingin melakukan ekspansi pasar ke luar negeri, harus secara sistematis melakukan evaluasi tentang sasaran pasar untuk menentukan kesempatan di suatu negara.

Permasalahan dalam penelitian pasar luar negeri adalah berkaitan dengan banyaknya jumlah pasar atau negara yang harus diteliti dan kurang lengkapnya data atau informasi yang dibutuhkan untuk analisis. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan memodifikasi teknik analisis yang digunakan. Contohnya, mengestimasi permintaan dengan data atau informasi yang terbatas dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan hubungan antar indikator ekonomi dan demografi.

Proses evaluasi kesempatan pasar yang potensial di seluruh dunia merupakan hal yang sulit di lakukan karena beberapa hal:

- Terdapat 200 negara di dunia, belum termasuk negara-negara eks Uni Soviet yang baru merdeka. Hal ini jelas menyulitkan menganalisa pasar yang ada.
- Karena terbatasnya sumber informasi yang tersedia dari beberapa negara, maka analisa hanya terbatas dari data-data publikasi yang tersedia.
- Pasar suatu negara terlalu kecil, sehingga tidak tersedia data-data spesifik mengenai konsumen, potensi suplai dan lain-lain.

Pengkajian mengenai sasaran pasar yang ada di pasaran dunia, sebenarnya menyangkut proses seleksi yang dimulai dari pengumpulan

informasi yang relevan dari suatu negara untuk menyaring negara-negara yang potensial. Sebelum proses pengumpulan dimulai, maka tentu harus ditetapkan kriteria yang dapat membatasi ruang lingkup penelitian sehingga pengumpulan informasi dapat lebih terarah dan efisien. Kriteria ini menyangkut penetapan produk-produk apa saja yang siap untuk di ekspor, kawasan mana saja yang dapat prioritas. Suatu model teoritis untuk menyeleksi pasar yang potensial mencakup empat tahapan, antara lain:

1. Perlu dikumpulkan data-data ekonomi makro guna membedakan negara-negara potensial, kurang potensial atau memiliki risiko besar. Data ekonomi makro ini menggambarkan potensi pasar dalam aktifitas ekonomi, kekuatan sosial dan struktur politik. Data makro statistik ini dapat menunjukkan bahwa suatu negara terlalu kecil potensinya, yang ditunjukkan oleh *Gross National Product*-nya (GNP). Kemungkinan GNP suatu menunjukkan angka besar, namun sisa pendapatan setelah dipotong pajak per keluarga rendah, hal ini menunjukkan potensi pasar yang kurang baik.
2. Pada tahap ini perlu dikumpulkan informasi mengenai besarnya potensi pasar, tingkat konsumsi atau penerimaan pasar dari produk yang ingin dipasarkan. Jika data tersebut tidak diperoleh, maka kita dapat menggunakan *proxy variable* yaitu permintaan dari produk yang menyerupai atau produk yang berkaitan dengan produk ekspor yang ingin dipasarkan sehingga dapat digunakan untuk memproyeksikan potensi permintaan. Misalnya jika ingin memasarkan *video tape* ke suatu negara kita dapat menggunakan permintaan televisi sebagai *proxy variable* guna memproyeksikan potensi pasar video tape yang ingin dijual.
3. Pada tahap seleksi ini difokuskan perhatian kepada pertimbangan mikro seperti persaingan, kemudahan untuk entri pasar, biaya untuk entri, dan keuntungan potensial. Dalam tahap

ini perhatian kita ditujukan tidak lagi besarnya pada potensi pasar secara keseluruhan namun sudah berganti kepada beberapa besar keuntungan yang dapat diperoleh.

4. Mengevaluasi dan menentukan ranking atau prioritas dari negara sasaran pasar ekspor yang disesuaikan dengan kemampuan perusahaan, tujuan serta strategi perusahaan. Sebagai contoh jika Afrika Selatan mendapatkan ranking yang sama dengan Meksiko. Meksiko dapat diberikan prioritas utama karena sukses di Meksiko dapat memberikan peluang untuk mengembangkan pasaran ekspor ke Amerika Utara dan Amerika Latin.

Proses seleksi sasaran pasar ekspor melalui empat tahapan, mengharuskan pengusaha untuk menetapkan terlebih dahulu kriteria yang akan digunakan untuk membedakan sasaran pasar ekspor yang potensial dan tidak. Kriteria-kriteria ini paling tidak mencakup besarnya pasar dan pertumbuhannya, situasi politik, persaingan dan persamaan pasar.

Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan dalam menentukan negara-negara sasaran pasar ekspor. Teknik-teknik ini terdiri dari yang paling mudah dengan membuat kriteria-kriteria pemilihan yang harus dipenuhi supaya suatu negara dapat dipilih sasaran pasar ekspor sampai dengan teknik-teknik yang sangat kompleks. Teknik-teknik ini mencakup:

1. Membuat seperangkat kriteria pasar potensial
2. *Index* pasar
3. Teknik *multivariable* tertimbang
4. Risiko politik
5. Persaingan
6. Kesamaan pasar

Analisis Informasi Pasar Tujuan Ekspor

Ketika memeriksa lingkungan atau iklim bisnis di sebuah negara, manajemen perlu mengumpulkan informasi untuk menilai favorabilitas lingkungan dan risiko terkait dalam memasuki atau beroperasi di sebuah negara. Hal ini memerlukan telaah terhadap rentang aspek-aspek seperti lingkungan politis, iklim finansial, dan lingkungan regulatori dan hukum. Unsur-unsur ini acapkali disikapi sebagai pembentuk risiko, namun dapat pula menawarkan intensif untuk jalan masuk pasar, sebagai contoh, keringanan pajak untuk investor asing atau regulasi lingkungan atau produk yang tidak begitu ketat ketimbang di negara asal. Beberapa contoh tipe dan sumber informasi yang digunakan untuk mengkaji iklim bisnis.

Pengumpulan informasi yang terkait dengan iklim politis, seperti stabilitas pemerintah, sikap terhadap investasi asing dan sifat rezim politis, membantu penilaian favorabilitas iklim politis untuk pertumbuhan dan perkembangan pasar serta kemungkinan jalan masuk atau isu-isu investasi yang dihadapi oleh perusahaan. Berbagai sumber yang meningkatkan risiko politis atau negara adalah *The Economist Intelligence Unit*, *frost dan sullivan*, atau BERI (*Business Environment Risk Index*). Disamping menggunakan sumber seperti itu, beberapa perusahaan melaksanakan sendiri evaluasi iklim politis dengan berstandar pada opini pakar atau penilaian atas indikator seperti frekuensi perubahan pemerintah, serangan teroris, frekuensi kericuhan, pembersihan atau kudeta militer, frekuensi pemogokan dan keresahan sosial, dan kekuatan pihak ekstrimis. Pengumpulan informasi politik meliputi data berikut ini:

- Struktur politik ideologi

Negara dengan kepemimpinan politis yang dicari, dan peran yang dimainkan oleh institusi seperti: bisnis, pekerja, sektor pendidikan, dan agama dalam menerapkan tujuan nasional.

- Tujuan Nasional

Sasaran suatu negara pada sektor pertahanan, fiskal, moneter, kebijakan investasi, dan sektor perdagangan luar negeri, serta kebijakan teknologi dan industrial yang diambil untuk perkembangan industri dan kebijakan sosialnya (sebagai contoh, bagaimana mereka mempengaruhi distribusi pendapatan dan konsumsi yang menyolok). Apakah otonomi yang menjadi tujuannya. Apakah negara berusaha untuk mengurangi ketergantungan impor dan perkembangan kampion nasional dalam industri yang dianggap kritis.

Pencermatan/eksaminasi terhadap faktor-faktor keuangan dan valuta asing seperti laju inflasi, depresiasi mata uang, restriksi arus modal, repatriasi laba usaha penting karena faktor tersebut mempunyai dampak kritis atas keseluruhan tingkat profitabilitas dan prakiraan imbalan atas investasi. Faktor-faktor semacam itu biasanya kritis dimana produksi berbasis asing menjadi sorotan dan dimana barang dan jasa akan bergerak melewati batas nasional. Contoh sebuah perusahaan yang membuat TV yang merencanakan untuk mengakuisisi sebuah perusahaan atau mendirikan sebuah pabrik di Indonesia untuk memasok pasar

Eropa akan perlu mengevaluasi dengan cermat prediksi perubahan mata uang rupiah relatif terhadap valuta Eropa lainnya. Demikian pula, inflasi dan tingkat suku bunga merupakan faktor penting bagi perusahaan dengan eksposur kredit yang tinggi seperti perusahaan kartu kredit konsumen.

Ada banyak lembaga yang menyediakan jasa penilaian dan prediksi risiko valuta asing maupun investasi untuk negara-negara yang berbeda. Beberapa institusi yang memasok data tersebut adalah J.P. Morgan dan Credit Suisse, atau oleh organisasi prakiraan ekonomi seperti *Wharton Econometrics*. Perusahaan dapat pula mengadakan

penilaian sendiri. Data yang relevan dapat digali dari sumber seperti *Internasional Financial Statistics*.

Tiga kelompok umum dari semua informasi untuk identifikasi masalah pada negara importer, antara lain:

- Informasi umum mengenai:
 - Kondisi tipe komunitas (sebagai contoh: kejadian kampanye pemilihan, kejadian kultural perayaan etnik dan keagamaan tahunan khusus, hari-hari nasional olahraga, kejuaraan, liburan)
 - Kondisi bisnis (contoh: etika bisnis dan asosiasi tradisional)
 - Gaya hidup dan kondisi kehidupan, yakni kebiasaan sosial dan kultural dan tabu (sebagai misal: usia laik nikah untuk laki-laki dan perempuan serta peran wanita dalam masyarakat).
 - Kondisi ekonomi umum (umpamanya: standar kehidupan dari berbagai kelompok orang dan infrastruktur ekonomi transportasi, suplai listrik, dan komunikasi).
- Informasi industri mengenai keputusan pemerintah yang mempengaruhi industri; ketersediaan sumberdaya (contohnya: tenaga kerja dan tanah); pesaing kini atau potensial (yaitu informasi umum mengenai pasar mereka dan masalahnya); kompetisi perusahaan lainnya, perusahaan lokal dan/atau perusahaan negara ketiga; kebijakan industri, tindakan bersama-sama dalam industri dan seterusnya.
- Informasi yang berkaitan dengan penelitian data kolateral (jaminan) yang dihasilkan untuk melengkapi suatu riset pasar spesifik. Sebagai contoh, penelitian mengenai potensi pasar memerlukan informasi seputar suplai dan permintaan di wilayah pasar yang diminati saat ini dan potensial (misalnya: kapasitas, konsumsi, impor, ekspor). Di lain pihak suatu penelitian mengenai

pengenalan sebuah produk baru memerlukan informasi tentang produk-produk yang ada, pengetahuan ketrampilan teknis yang tersedia di negara tersebut, sumber bahan baku, dan petunjuk usaha patungan.

Yang sering dilupakan dalam riset pemasaran adalah peran sistem informasi internal perusahaan. Riset pemasaran kerap kali dapat dipermudah oleh bagan basis data yang dibutuhkan dan memakai koleksi data internal, hal ini terutama perlu untuk pasar internasional karena banyak informasi yang dapat dihasilkan dari perusahaan ternyata terabaikan atau hilang.

Data yang bermanfaat mencakup riwayat penjualan sesuai produk dari lini produk, pelanggan dan wiraniaga, dan saluran distribusi di sebuah negara atau semua negara; analisis data historis untuk tren di semua negara dan wilayah; delivasi dan analisis kontribusi sesuai produk; pelanggan dan wilayah dan berkembangnya fungsi respon pasar bagi semua negara agar memungkinkan perbandingan keputusan bauran pemasaran masa lalu dan memberi saran keputusan berbauran di masa depan yang berbeda dari satu negara ke negara lainnya, di sebuah negara atau semua wilayah.

Ketika riset pemasaran telah dilakukan, informasi yang dihasilkan harus dianalisis sehingga pertanyaan mengenai rencana dan langkah pemasaran berikutnya dapat dijawab. Pertanyaan-pertanyaan utama yang relevan dalam pemasaran internasional jatuh ke dalam dua kategori: keputusan kompetensi dan pasar serta keputusan bauran pemasaran dan produk. Dalam hubungannya dengan pasar dan kompetisi, perusahaan harus:

- Memahami bagaimana para pelanggan menilainya dalam perbandingan dengan kompetitor.
- Menentukan perubahannya untuk memikat para pelanggan.

- Menerapkan apakah akan bersaing atau bekerja sama dengan kompetitor.

Mengenai produk dan bauran pemasaran, perusahaan harus menyingkapi hal-hal berikut:

- Memilih produk mana yang akan diperkenalkan, saluran distribusi mana yang akan digunakan, dan bagaimana mengiklankan dan mempromosikan produk.
- Mengidentifikasi rintangan ke pasar yang menarik dan mencari kiat untuk mengatasinya.

4.2 Menyusun Pasar Tujuan Ekspor Potensial

Kegiatan ekspor yang dilakukan oleh Indonesia telah mendunia, mulai dari negara tetangga hingga negara-negara yang terletak jauh di Eropa. Tak dapat dipungkiri bahwa hasil penjualan ekspor memiliki peran yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sesuai yang telah dijelaskan bahwa komoditi Indonesia tidak sedikit telah diekspor ke berbagai negara, mulai dari negara tetangga hingga negara di belahan Eropa. Berdasarkan data Kementrian Dalam Negeri, terdapat 10 komoditi yang tersebar ke dalam 10 negara yang berbeda-beda. Kesepuluh negara dan komoditi tersebut di antaranya adalah:

1. TPT (Tekstil dan Produk Tekstil)

Negara-negara sebagai tujuan ekspor bagi Tekstil dan Produk Tekstil yang diproduksi oleh Indonesia, antara lain:

- Amerika Serikat
- Jepang
- RRC
- Korea Selatan
- Turki
- Jerman

- UEA
- Brazil
- Inggris
- Belgia

2. Elektronik

Berikut ini merupakan negara-negara yang menjadi tujuan ekspor produk elektronik yang diproduksi oleh Indonesia:

1. Singapura
2. Amerika Serikat
3. Jepang
4. Hongkong
5. Jerman
6. Belanda
7. RRC
8. Thailand
9. Malaysia
10. Korea Selatan

3. Karet dan Produk Karet

Berikut ini merupakan negara-negara yang menjadi tujuan ekspor Karet dan Produk Karet yang diproduksi oleh Indonesia:

1. Amerika Serikat
2. RRC
3. Jepang
4. India
5. Korea Selatan
6. Jerman
7. Brazil
8. Kanada
9. Turki
10. Malaysia

4. Sawit

Berikut ini merupakan negara-negara yang menjadi tujuan ekspor sawit yang diproduksi oleh Indonesia:

1. India
2. RRC
3. Pakistan
4. Spanyol
5. Bangladesh
6. Mesir
7. Belanda
8. Italia
9. Amerika Serikat
10. Malaysia

5. Produk Hasil Hutan

Negara-negara dibawah ini adalah yang menjadi tujuan ekspor produk hasil hutan yang diproduksi oleh Indonesia, antara lain:

1. RRC
2. Jepang
3. Amerika Serikat
4. Korea Selatan
5. India
6. Australia
7. Malaysia
8. Taiwan
9. Inggris
10. Belanda

6. Alas Kaki

Berikut ini merupakan negara-negara yang menjadi tujuan ekspor produk alas kaki yang diproduksi oleh Indonesia:

1. Amerika Serikat

2. RRC
3. Belgia
4. Jepang
5. Jerman
6. Inggris
7. Belanda
8. Korea Selatan
9. Italia
10. Meksiko

7. Otomotif

Negara-negara dibawah ini yang menjadi tujuan ekspor produk otomotif yang diproduksi oleh Indonesia, antara lain:

1. Filipina
2. Thailand
3. Jepang
4. Saudi Arabia
5. Vietnam
6. Malaysia
7. Meksiko
8. Singapura
9. Pakistan
10. Brazil

8. Uang

Berikut ini merupakan negara-negara yang menjadi tujuan ekspor uang yang diproduksi oleh Indonesia:

1. Amerika Serikat
2. Jepang
3. RRC
4. Vietnam
5. Hongkong

6. Malaysia
7. Inggris
8. Taiwan
9. Singapura
10. Kanada

9. Kakao

Negara-negara dibawah ini yang menjadi tujuan ekspor kakao yang diproduksi oleh Indonesia:

1. Amerika Serikat
2. Malaysia
3. Belanda
4. RRC
5. Kanada
6. Estonia
7. Australia
8. Jerman
9. India
10. Jepang

10. Kopi

Negara-negara dibawah ini yang menjadi tujuan ekspor kopi yang diproduksi oleh Indonesia, antara lain:

1. Amerika Serikat
2. Jerman
3. Malaysia
4. Jepang
5. Italia
6. Federasi Rusia
7. Mesir
8. Inggris
9. RRC

10. Aljazair

Sesuai penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tidak sedikit negara yang mempunyai minat pada komoditas yang dimiliki oleh Indonesia sehingga mampu meningkatkan perekonomian Indonesia.

BAB V

BIAYA & HARGA JUAL EKSPOR

5.1 Mengidentifikasi Komponen Biaya Ekspor

Setiap pengusaha dalam berbisnis mempunyai visi yang sama, yaitu mencari laba. Perusahaan ekspor dapat meningkatkan laba dengan menekan biaya ekspor. Dengan peningkatan laba tersebut dapat membantu perusahaan melaksanakan diversifikasi usaha, perluasan usaha, dan restrukturisasi usaha. Sehingga sebuah perusahaan akan selalu mengikuti perkembangan (*up to date*) dan tidak ketinggalan dalam kemajuan teknologi saat ini.

Setiap perusahaan memiliki fungsi utama yaitu fungsi produksi/pengadaan dan fungsi pemasaran. Fungsi pemasaran memegang peranan penting untuk mencari laba bagi perusahaan. Walaupun suatu komoditi yang diproduksi sangat baik dan kapasitas produksinya besar, apabila barang tidak laku dijual di pasaran, maka tidak akan mendapatkan keuntungan sesuai yang diharapkan.

Salah satu penghambat eksportir mendapatkan keuntungan adalah proses pembayaran dari produk ekspor. Eksportir harus menyiapkan semua produk dengan pembayaran dimuka dari importir berupa *Letter of Credit* dengan syarat *red clause*, misalnya 30%. Dari sini masih diperlukan 70% lagi biaya untuk produksi yang harus ditanggung eksportir. Biaya ini akan menimbulkan beban tambahan berupa bunga atas modal, dan ini tentu menambah biaya produksi dari barang itu sendiri. Cara menghitung biaya produksi bisa dilihat di buku *Kewirausahaan* karangan Ritonga & Lukiyanto (2019)

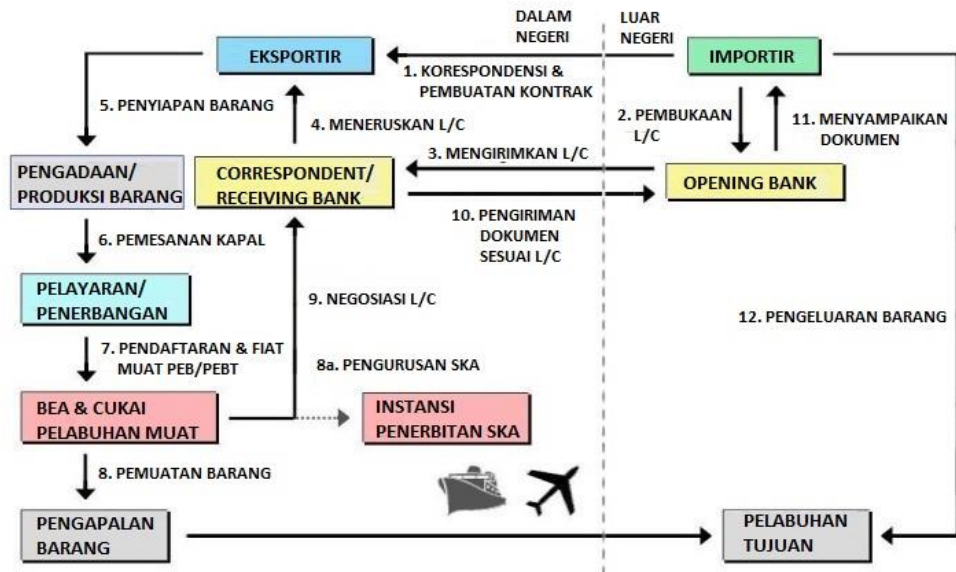
Dalam rangka membantu eksportir untuk bersaing dipasar Internasional, Pemerintah memberikan fasilitas kredit kepada eksportir dalam bentuk kredit dengan bunga rendah, sebagai pendorong ekspor. Manfaat fasilitas kredit semacam ini digunakan untuk membiayai

pengadaan barang-barang ekspor yang ada kalanya eksportir terpaksa harus menjual barang secara kredit kepada importir.

Prosedur Kegiatan Ekspor

Prosedur ekspor adalah persyaratan-persyaratan atau langkah-langkah yang harus dipatuhi untuk melaksanakan aktivitas ekspor. Prosedur ekspor didalamnya terdiri atas aktivitas pengurusan dokumen ekspor, persiapan barang ekspor, dan hal pembiayaan.

Gambar 5.1 Prosedur Ekspor



Sumber: http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/contents/94-flowchart-besar-kegiatan-ekspor

Langkah-langkah dalam pemenuhan prosedur aktivitas ekspor (Hamdani, 2003: 50), antara lain:

1. Korespondensi

Eksportir melakukan korespondensi dengan importir luar negeri untuk menegosiasikan dan menawarkan komoditas yang akan dijualnya.

Pada surat penawaran tersebut tercantum harga barang, jenis, mutu, syarat-syarat pengiriman, dan lain-lain.

2. Pembuatan kontrak dagang

Jika importir setuju atas penawaran yang diajukan oleh eksportir maka eksportir dan importir membuat dan menandatangani kontrak dagang. Pada kontrak dagang tercantum hal-hal berbagai ketentuan dan persyaratan yang telah disepakati.

3. Penerbitan *Letter of Credit* (L/C)

Setelah penandatanganan kontrak dagang, maka importir membuka L/C melalui bank koresponden di negaranya dan melanjutkan L/C tersebut ke bank devisa negara eksportir. Selanjutnya bank devisa yang ditunjuk menginformasikan diterimanya L/C atas nama eksportir kepada eksportir.

4. Eksportir menyiapkan barang ekspor

Setelah L/C diterima, eksportir menyiapkan barang-barang yang dipesan importir. Keadaan barang-barang yang dipersiapkan harus sesuai dengan persyaratan yang ada pada kontrak dagang dan L/C.

5. Eksportir mendaftarkan Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB)

Kemudian eksportir mendaftarkan PEB (Pemberitahuan Ekspor Barang) ke bank devisa beserta lampiran surat sanggup bayar jika barang ekspornya terkena pajak.

6. Pemesanan kapal di pelabuhan

Pemesanan kapal dilakukan oleh jasa pengiriman barang (*freight forwarding* atau EMKL). Ketentuan wajib pemakaian angkutan laut dan asuransi nasional telah diatur dalam Permendag No. 82/2017 tentang Ketentuan Penggunaan Angkutan Laut dan Asuransi Nasional untuk Ekspor dan Impor Barang Tertentu sesuai perubahan pada Permendag No. 80 tahun 2018.

7. Pengiriman barang ke pelabuhan

Eksporir dapat mengirim sendiri barang tersebut ke pelabuhan, atau dapat juga dilakukan oleh perusahaan jasa pengiriman barang (*freight forwarding* atau EMKL). Dalam pengiriman barang ke pelabuhan dan ke kapal disertai dengan dokumen ekspor.

8. Pemeriksaan Bea Cukai

Dokumen ekspor diperiksa oleh pihak Bea Cukai di pelabuhan. Jika diperlukan barang-barang yang akan diekspor juga diperiksa oleh Bea Cukai. Jika barang dan dokumen telah lengkap dan sesuai dengan ketentuan maka selanjutnya Bea Cukai menandatangani pernyataan persetujuan muat yang ada pada PEB.

9. Pemuatan barang ke kapal

Setelah PEB di tandatangani pihak Bea Cukai, maka barang dapat dimuat ke atas kapal. Setelah barang dimuat kapal, pihak pelayaran mengeluarkan *Draft Bill of Lading* (B/L) yang diberikan pada eksportir. Selanjutnya, eksportir menukarkan *mate's receipt* dengan *master bill of lading* (pada FCL) atau *house bill of lading* (pada LCL).

10. Surat Keterangan Asal Barang (SKA)

EMKL atau eksportir atau *freight forwarding* menaikkan barang ke kapal dan meminta ke Kantor Departemen Perindustrian dan Perdagangan atau Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan permohonan untuk mendapatkan SKA jika diperlukan.

11. Pencairan *Letter of Credit*

Jika barang telah naik ke kapal, maka eksportir dapat ke bank untuk mencairkan L/C. Jika *At sight* L/C dokumen-dokumen yang diberikan adalah B/L, *Commercial Invoice*, *Packing List* dan PEB, dan sebagainya.

12. Pengiriman barang ke importir

Selanjutnya barang yang dimuat di kapal dalam perjalanan dari negara eksportir ke pelabuhan di negara importir.

Posisi Eksportir dan Pembeli dalam Rangkaian Ekspor

Proses perdagangan internasional dijalankan dengan terlebih dahulu membuat kontrak antara penjual dan pembeli. Dalam kontrak ini dibahas sejumlah hal seputar hak dan tanggungjawab keduanya. Beberapa hal yang dibahas dalam kontrak antara lain menyangkut *inquiry*, *offer sheet*, *order sheet*, promosi, *sale's contract*, dan konfirmasi penjualan.

1. Promosi merupakan suatu tindakan mempromosikan komoditas yang akan diekspor oleh eksportir melalui media promosi periklanan. Sejumlah media yang digunakan biasanya terdiri atas media elektronik, koran atau majalah, atau pameran dagang melalui atase perdagangan negara eksportir.
2. *Inquiry* adalah pengiriman surat permintaan komoditas (*letter of inquiry*) oleh importir kepada eksportir, yang berisi tentang deskripsi barang, harga, mutu, dan waktu pengiriman.
3. *Offer Sheet*, merupakan tanggapan dari *letter of inquiry* yang disampaikan oleh eksportir kepada importir yang berisikan keterangan "kesanggupan" memenuhi barang yang dibutuhkan oleh importir yang dilengkapi dengan deskripsi barang, mutu, harga dan waktu pengiriman. Di sinilah kemudian ditambahkan keterangan tentang ketentuan pembayaran yang disertai dengan pengiriman sejumlah brosur produk.
4. *Order Sheet*, merupakan dokumen yang berisi pesanan barang/komoditas yang hendak dibeli kepada eksportir.
5. *Sale's Contract* adalah nota kontrak yang dibuat eksportir untuk ditanda tangani oleh importir, isinya tentang materi kontrak jual beli serta penambahan keterangan klausul kondisi darurat dan klausul inspeksi. Klausul kondisi darurat berisi tentang poin pertanggungjawaban terhadap kemungkinan kerusakan barang selama pengangkutan, sedangkan klausul inspeksi menyebutkan

syarat barang sudah diterima oleh importir sehingga risiko barang menjadi hak dan kewajiban importir.

6. *Sale's Confirmation*, merupakan pemilihan bagi importir untuk menentukan pilihan antara setuju dan tidak setuju terhadap kontrak penjualan yang sudah dikirimkan oleh eksportir tersebut dan berisikan kesanggupan importir terhadap model dan jasa pengiriman.

Dalam kontrak ekspor impor juga dibahas terkait CIF (*Cost, Insurance and Freight*), CNF (*Cost and Freight*), atau FOB (*Freight on Board*). Nilai terkait hal tersebut ditetapkan oleh kedua pihak berdasarkan kesepakatan.

Penyediaan barang biasanya belum dilakukan oleh eksportir meskipun kontrak sudah disepakai. Status kontrak penjualan ini masih belum bisa dianggap sebagai terjadinya akad jual beli, karena yang dinamakan jual beli adalah manakala sudah mulai terjadi saling serah terima barang. Ini menandakan harus ada inisiasi tindakan terlebih dahulu dari importir berupa penyerahan sesuatu yang menandakan terjadinya pertukaran. Apabila terjadi kesepakatan kontrak, maka importir harus melakukan pembukaan *letter of credit* (L/C) melalui jasa *issuing bank*. *Letter of Credit* merupakan jaminan pembayaran barang yang diimpor oleh bank penerbit dan peruntukannya bagi eksportir.

Dengan diterbitkannya L/C, maka seolah importir mulai melakukan penyerahan biaya pembelian produk. Setelah L/C diterima oleh eksportir atas pemberitahuan *notifying bank* kepadanya, maka eksportir bisa mulai mengupayakan barang sebagaimana yang tercantum dalam kontrak jual beli. Jadi kontrak jual beli, statusnya hanya sebagai pedoman eksportir untuk memenuhi pesanan importir.

Syarat skema pengapalan dan asuransi yang diikutsertakan dan diusahakan oleh eksportir bersifat *include* karena mempengaruhi harga yang tertuang di dalam nota jaminan pembiayaan L/C. Jadi skema FOB,

CNF, atau CIF, tidak termasuk ke dalam bagian yang terpisah, walaupun di dalam FOB disebutkan syarat penerimaan dan *transfer of risk*. *Transfer of risk* sebenarnya justru terletak saat eksportir sudah menaikkan barang ke atas kapal, yang kemudian ia menerima *bill of lading* sebagai bukti bahwa barang sudah dikirim sesuai dengan pesanan importir. Selanjutnya *bill of lading* dipergunakan untuk pencairan uang berdasar L/C. *Transfer of risk* itu terjadi saat uang diterima oleh eksportir. Dengan demikian, sebelum adanya pencairan maka barang masih menjadi tanggung jawab eksportir, bukan FOB-nya atau CIF-nya.

Komponen Biaya dalam Rangkaian Kegiatan Ekspor

Komponen biaya ekspor adalah total pengeluaran dari bagian-bagian biaya yang dijumlahkan, sebagai landasan bagi perhitungan harga pokok. Perbedaan harga antara negara pengimpor dan negara pengekspor dikenal dengan istilah kenaikan harga, merupakan biaya tambahan yang muncul akibat mengekspor produk dari negara yang satu ke negara yang lain. Hal ini berkaitan dengan situasi ketika harga meningkat disebabkan oleh biaya administrasi, biaya pengiriman, pengepakan, asuransi, tarif saluran distribusi yang lebih panjang, margin perantara yang lebih tinggi, pajak khusus, serta fluktuasi nilai tukar. Sebagian besar biaya-biaya tersebut meningkat karena akibat langsung dari perpindahan barang melalui batas negara, dan kenaikan harga tersebut sering kali lebih tinggi dibandingkan harga di pasar domestik.

Komponen biaya ekspor terdiri dari 5 kelompok biaya, yaitu:

1. Biaya promosi/pameran

Biaya yang digunakan untuk pameran atau promosi produk ekspor.

2. Biaya Pengadaan (*Procurement Cost*)

Biaya pengadaan ini dibagi atas dua pola, yaitu:

- a. Biaya produksi (*Production Cost*)
- b. Biaya perolehan/nilai beli barang (*Buying in Cost*)

3. Biaya Pengelolaan (*Handling Charges*)

Sebelum dikapalkan maka barang-barang ekspor perlu dibenahi terlebih dahulu, agar layak laut (*sea worthy*). Pembenahan ini diserahkan kepada badan usaha jasa transportasi (EMKL) atau dapat dilakukan oleh eksportir.

- a. Biaya pengepakan (bahan, upah pengepakan *printing/marketing/trade marks*).
- b. Upah angkut dari dalam gudang ke pintu gudang.
- c. Upah muat barang dari pintu gudang ke atas alat angkut atau ke dalam peti kemas.
- d. Ongkos angkut dari gudang penimbunan sampai ke:
 - Sisi kapal (*Along Side Ship*)
 - Terminal peti kemas (*container yard*)
 - Dermaga peti kemas (*container freight station*)
- e. Ongkos bongkar dari atas alat angkut ke:
 - Sisi kapal (*Along side Ship*)
 - Terminal peti kemas (*container yard*)
 - Dermaga peti kemas (*container freight station*)
- f. Ongkos muat barang dari dermaga ke atas kapal.
- g. Sewa gudang, sewa peti kemas, *shipping charges*, OPP (ongkos pelabuhan pemuatan/ongkos pelabuhan tujuan), dan lain-lain.

4. Pungutan-pungutan Negara (*Export Taxes*)

Hal-hal yang termasuk dalam pungutan negara, antara lain:

- a. Pajak ekspor dan pajak ekspor tambahan (PE/PET).
- b. Pajak Pertambahan Nilai (PPN).
- c. Bea statistik.
- d. Bea barang dan lain-lain.

5. Jasa-jasa Pihak Ketiga (*Third Party Service*)

Ekspor dalam kegiatannya sering kali memerlukan jasa pihak ketiga, contoh: asuransi, perbankan, transportasi, surveyor dan balai-balai penelitian. Biaya-biaya itu selanjutnya dimasukkan dalam kalkulasi biaya ekspor.

- a. Biaya jasa transportasi (EMKL / EMKU/PPJK)
- b. Provisi dan atau bunga Bank
- c. Premi asuransi (*Insurance Premium*)
- d. Biaya surveyor (*Inspection Certificate*)
- e. Biaya sertifikat mutu (*Quality Certificate*)
- f. Biaya SKA Negara/COO
- g. Biaya sertifikasi (*Veterinary/Helt Certificate*)
- h. Biaya karantina tanaman (*Phitosanitary*)
- i. Biaya sertifikat lainnya

5.2 Menghitung Biaya (*Costing*)

Biaya merupakan pengeluaran ekonomis yang dibutuhkan pada perhitungan proses produksi. Biaya ini berdasarkan pada harga pasar yang berlaku dan ketika proses ini telah dan belum terjadi. Sesuai ilmu ekonomi, biaya dibagi atas dua yaitu biaya implisit dan biaya eksplisit. Biaya implisit merupakan biaya-biaya yang tidak terlihat secara langsung, contoh penyusutan barang modal. Sedangkan biaya eksplisit merupakan biaya-biaya yang terlihat secara fisik contoh uang.

Biaya produksi merupakan akumulasi dari total biaya-biaya yang diperlukan pada proses produksi, tujuannya untuk menghasilkan suatu produk atau barang. Biaya-biaya ini mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya operasional barang/pabrik, dan lain-lain. Biaya produksi ini harus diakumulasi dengan cermat, selanjutnya dihitung dan dibandingkan dengan laba kotor perusahaan. Selisih antara pendapatan dengan biaya produksi akan disebut laba bersih perusahaan atau total

keuntungan yang didapatkan. Biaya produksi ini dipakai guna mendukung proses pengolahan bahan baku menjadi barang jadi yang akan dipasarkan kepada konsumen.

Biaya produksi merupakan total biaya produksi ekonomi yang diperlukan pada kegiatan produksi suatu barang. Biaya produksi berbeda dengan biaya operasional. Biaya operasional adalah pengeluaran atau biaya yang dikeluarkan suatu perusahaan guna mendukung sistem kegiatan perusahaan tersebut. Contoh biaya operasional antara lain: biaya perlengkapan toko, biaya asuransi, biaya tagihan telepon/listrik/air untuk perusahaan, biaya iklan, biaya pajak, biaya pengiriman, biaya perlengkapan kantor, biaya perawatan alat-alat kantor atau biaya perawatan mesin, dan lain-lain. Dalam memproduksi suatu barang, dibutuhkan sebuah proses produksi yang terencana dengan baik untuk menciptakan suatu produk yang berkualitas.

Untuk menghitung Biaya Tetap Total/*Total Fixed Cost* (TFC) adalah dengan cara menambah Biaya Tetap/*Fixed Cost* (FC) dengan Biaya Variabel/*Variable Cost* (VC).

Biaya Total (TFC) adalah keseluruhan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk membeli semua keperluan baik barang dan jasa yang akan digunakan pada proses produksi demi menghasilkan suatu barang. Perhitungan *total fixed cost* untuk mendapatkan faktor produksi yang tidak dapat berubah jumlahnya.

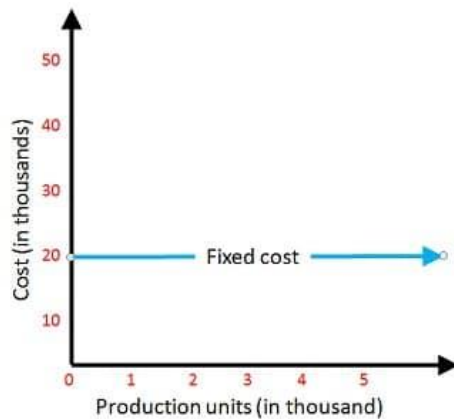
1. Biaya Variabel Total/*Total Variable Cost* (TVC) merupakan total biaya yang dikeluarkan untuk mendapat faktor produksi variabel.
2. Perhitungan Biaya Tetap Rata-rata/*Average Fixed Cost* (AFC) adalah biaya total dibagi dengan jumlah produksi.
3. Perhitungan Variabel Rata-Rata/*Average Variable Cost* (AVC) adalah Biaya Variabel Total (TVC) dibagi dengan jumlah produksi.
4. Perhitungan Biaya Total Rata-Rata/*Average Total Cost* (AC) adalah Biaya Total dibagi dengan jumlah produksi.

5. Biaya Marginal/ *Marginal Cost* (MC) didapatkan dengan hasil penambahan Biaya Produksi yang dipakai untuk menambah produksi satu unit barang/ produk.

Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya yang tetap konstan diberbagai tingkat *output* yang diperoleh oleh suatu perusahaan merupakan biaya tetap, yang tidak terpengaruh oleh fluktuasi sesaat dalam tingkat aktivitas organisasi.

Biaya ini walaupun tetap dan konstan, namun bukan berarti biaya ini tidak akan berubah di waktu yang akan datang. Kecenderungan biaya ini tidak dapat diubah dalam jangka pendek.



Contohnya apabila perusahaan menjalankan bisnis di sebuah gedung sewaan. Biaya penyewaan gedung tersebut akan ditagih, terlepas apakah perusahaan menghasilkan banyak *output* atau tidak menghasilkan apa-apa. Jadi ini adalah biaya yang konstan selama periode sampai perpanjangan penyewaan gedung tersebut yang harganya akan meningkat atau menurun. Secara total biaya tetap akan sama, namun perubahan terjadi dalam setiap unitnya.

Untuk menjelaskan ini, berikut adalah contohnya:

Jika biaya tetap adalah 20 juta rupiah dan *output* yang dihasilkan pada kuartal pertama, kedua, dan ketiga adalah 4000, 5000 dan 2000 unit.

Pada situasi ini total biaya tetap tidak berubah dalam tiga periode produksi. Kesimpulannya bahwa:

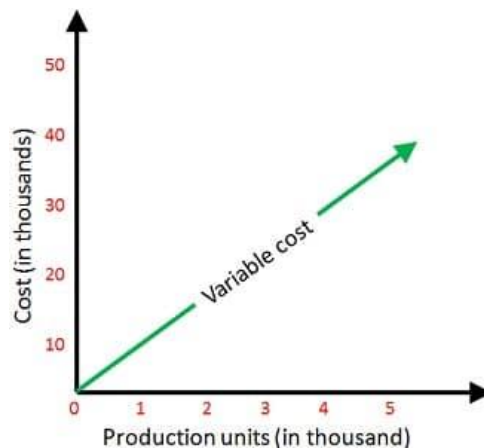
- Biaya per-unit pada kuartal pertama adalah $\text{Rp } 20.000.000/4000$ unit, yaitu Rp. 5000
- Kuartal kedua itu adalah $\text{Rp } 20.000.000/5.000$ unit, yaitu Rp 4000 dan
- Di kuartal ketiga itu adalah $\text{Rp } 20.000.000/2000$ unit, yaitu Rp 10000

Ada dua jenis biaya tetap yaitu:

- *Committed Fixed Cost*
- *Discretionary Fixed Cost*

Biaya Variabel (*Variabel Cost*)

Definisi biaya variabel adalah biaya yang berubah karena kuantitas *output* yang berubah, yang dipengaruhi oleh fluktuasi tingkat aktivitas perusahaan secara langsung.



Biaya ini bervariasi dipengaruhi oleh volume, saat produksi meningkat, maka biaya variabel ini juga akan meningkat secara proporsional dengan persentase yang sama. Jadi saat tidak ada produksi

maka tidak ada biaya variabel. Dapat disimpulkan bahwa biaya variabel berbanding lurus dengan unit yang diproduksi oleh perusahaan. Dalam setiap unitnya besaran biaya variabel tetap sama, namun akan mengakibatkan perubahan total pada setiap biaya.

Contohnya:

Biaya variabel adalah Rp. 800 per unit dan *output* yang dihasilkan pada kuartal pertama, kedua dan ketiga adalah 5000, 6000 dan 4000 unit.

Tingkat *output* berubah di semua periode produksi sehingga biaya variabel juga akan berubah, namun hanya dalam jumlah total, tidak dalam harga satuan.

Jadi biaya variabel pada masing-masing kuartal adalah:

- Kuartal pertama $5000 \times 800 = \text{Rp. } 4.000.000$,
- Kuartal kedua $6000 \times 800 = \text{Rp. } 4.800.000$
- Kuartal ketiga $4000 \times 800 = \text{Rp. } 3.200.000$.

Biaya ini dibagi atas dua kategori, yaitu biaya variabel tidak langsung dan biaya variabel langsung.

5. 3 Menetapkan Harga Jual (*Pricing*) Produk Ekspor

Dalam menentukan harga jual ekspor, terdapat empat cara antara lain:

1. *Cost Plus Mark-Up (Seller's Price)*

Adalah harga penawaran ekspor atau penetapan harga jual ekspor yang didasarkan dari perhitungan total biaya. Dengan kata lain, penjualan adalah total biaya pengadaan, pengelolaan, pungutan-pungutan negara dan jasa pihak ketiga ditambah dengan presentase laba yang diharapkan.

2. *Current Market Price (Buyer's Price)*

Adalah harga penawaran ekspor atau penetapan harga jual ekspor yang disesuaikan dengan harga yang berlaku di pasar internasional pada saat itu. Bisa juga diartikan sebagai harga yang disanggupi oleh pembeli. Laba yang dihitung besarnya tergantung

dari selisih antara harga pasar yang berlaku dikurangi dengan total biaya.

3. *Subsidized Price*

Adalah harga jual ekspor yang didasarkan atas perhitungan total biaya sesuai yang dimaksud dalam *cost plus mark-up*, dikurangi dengan komponen biaya tertentu. Contohnya sebagian biaya *overhead* memperoleh pembebasan bea masuk impor (*draw back system*), atau pembebasan di negara pembeli bea masuk impor sesuai *generalized system of preference (GSP)*. Subsidi ini adalah subsidi tidak langsung.

4. *Dumping*

Adalah penetapan harga jual ekspor yang lebih rendah dari harga jual barang yang sama di dalam negeri. Harga *dumping* terjadi jika produsen tersebut memegang kendali monopoli, akibatnya produsen tersebut dapat menjualnya di dalam negeri dengan harga yang mahal untuk mendapatkan laba yang lebih besar.

Kalkulasi Harga Pokok Barang Ekspor

Dihitung dari harga beli barang di dalam negeri dan semua beban sampai barang tersebut siap untuk dikirim kepada importir luar negeri.

Perhitungan FOB

Contoh:

1. Total FOB dalam rupiah = Rp 13.200.000,
2. Kurs konversi (kurs beli), US \$ 1 = Rp 9.000
3. Total Kuantum = 10.000 unit.

Berapa harga FOB dalam valuta (US \$) ? Berapa harga satuan (FOB) ?

Harga FOB dalam valuta (US \$)

Total FOB dalam Rupiah

-----X US \$ 1 atau

Kurs Konveksi

$$\frac{\text{Rp } 13.200.000}{9.000} \times \text{US } \$ 1 = \text{US } \$ 1,466.666$$

Harga Satuan (unit) FOB

$$\frac{\text{Total FOB dalam Valas}}{\text{Total Kuantum}} \times \text{US } \$ 1 \quad \text{atau}$$

$$\frac{\text{US } \$ 1,466.666}{10.000} \times \text{US } \$ 1 = \text{US } \$ 0.1466666$$

Dibulatkan ke atas = 0.15

Bagan Perhitungan Ekspor

1. Nama barang (commodity) =
 2. C & F Price = US \$
 3. Freight = US \$... / Metrix Ton
 4. Discount ... % = US \$... (-) Jika ada
 5. Bunker Surcharge %= US \$ _...(+) (BS)
 6. TOTAL (3+4+5) =_US \$ (+)
 7. *FOB Price (Sales)*= US \$.....
 8. Devisa umum = 100% x *FOB Price (Sales)* x Kurs Buy= Rp
 9. Pajak ekspor ... % x *FOB Price (Sales)* x Kurs Selling= (Rp ...)
 10. Pajak ekspor tambahan (bila ada) % x *FOB Price (Sales)* =(Rp...)
 11. Provisi bank ... % x *FOB Price (Sales)* x Kurs Selling = (Rp ...)
 12. Hasil Wesel Ekspor (HWE) = Rp
- Others charges / costs :*
13. Buying costs: Rp X Quantities = Rp
 14. Transportation costs: Rp ... x Quantities = Rp

Pembelian dan biaya lain-lain:

15. GunnyBag Price: Rp ... x Quantities = Rp...
16. Forwarder Fee : ... % x US \$... = Rp...
17. Bank interest : ... % x ... Bulan x US \$ = Rp...
18. EMKL Fee : x Quantities ... = Rp...
19. Unplanning Cost : ... % x US \$... = Rp...
20. Others costs : = Rp...
21. Total Costs/Harga pokok FOB..(13 – 20) = Rp...
22. Laba (Rugi)...(selisih 12 – 21) ... = Rp...
23. % Laba (Rugi):

$$\frac{\text{Laba (Rugi) (22)}}{\text{Harga Pokok FOB (19)}} \times 100 \% = \dots \%$$

Pola Hitungan Harga Ekspor

1. Pola Umum: dihitung dari sejak pengadaan/pembelian, HPP di gudang, HPP Penjualan, perhitungan faktur penjualan, harga jual dalam rupiah.
2. Pola Progresif: perhitungan harga FOB Pelabuhan muat-eksportir, perhitungan premi asuransi dan perhitungan harga CIF pelabuhan bongkar (pembeli-importir).
3. Pola Reaktif: perhitungan hasil konversi (valas-rupiah), HPP FOB (pelabuhan muat-eksportir) dan keuntungan R/L.

Menghitung *Return On Investment* (ROI) dalam menetapkan harga

Return On Investment adalah rasio sebagai hasil dari jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan atau suatu ukuran mengenai efisiensi manajemen. Rasio ini umumnya diukur dengan persentase, dan

menunjukkan hasil dari seluruh aktiva yang dikendalikan dengan mengabaikan sumber pendanaan.

Faktor yang dapat mempengaruhi ROI diantaranya:

1. *Turnover operating assets* atau tingkat perputaran aktiva yang dipakai pada kegiatan operasional merupakan kecepatan berputarnya *operating assets* pada suatu periode tertentu.
2. *Profit margin* merupakan besarnya keuntungan operasi yang berbentuk persentase dan jumlah penjualan bersih. *Profit margin* mampu mengukur tingkat keuntungan perusahaan dan berkaitan dengan penjualannya.

ROI dalam perusahaan sangat penting sebagai bentuk teknik analisa rasio profitabilitas. Dengan mengetahui ROI maka pengusaha dapat mengetahui efisiensi perusahaan guna memberikan informasi ukuran profitabilitas perusahaan dan memanfaatkan aktiva untuk kegiatan operasional. Kegunaan Analisis *Return On Investment* (ROI) adalah:

1. Apabila perusahaan menjalankan akuntansi dengan baik, maka manajemen memakai teknik analisa ROI sehingga mampu mengukur efisiensi produksi, efisiensi pemakaian modal, dan efisiensi penjualan.
2. Jika perusahaan memiliki data industri maka rasio industri dapat diperoleh dengan analisa ROI, efisiensi penggunaan modal pada perusahaan dapat dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis, jadi dapat diketahui posisi perusahaan di bawah, sama, atau di atas rata-rata. Dengan demikian kelemahan dan kekuatan perusahaan akan dapat diketahui dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis.
3. Analisa ROI dapat dipakai untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilaksanakan oleh masing-masing bagian atau divisi, dengan cara mengalokasikan semua biaya dan modal ke dalam bagian yang bersangkutan.

4. Analisa ROI juga dapat dipakai untuk pengukuran profitabilitas dari masing-masing produk perusahaan.
5. ROI disamping berfungsi untuk keperluan kontrol, juga untuk keperluan perencanaan. Contohnya ROI dapat dipakai sebagai dasar dalam mengambil keputusan ketika perusahaan akan mengadakan ekspansi.

Kelemahan Analisis *Return On Investment* (ROI) yaitu:

1. Yang menjadi satu kelemahan ROI adalah kesulitan membandingkan ROI suatu perusahaan dengan perusahaan lain yang sejenis. Hal ini sebab kadang kala akuntansi yang dipakai tiap-tiap perusahaan berbeda-beda. Adanya perbedaan metode penilaian beberapa aktiva antara perusahaan yang satu dengan yang lain bisa memberi gambaran yang keliru.
2. Kelemahan yang lain adalah adanya fluktuasi nilai dari uang atau daya belinya.

Cara menghitung ROI

ROI dikenal dengan rasio laba bersih terhadap biaya. Rumus menghitung ROI adalah sebagai berikut:

$$\text{ROI} = \frac{(\text{Total Penjualan}-\text{Investasi})}{\text{Investasi}} \times 100\%$$

Misalnya, jika investasi sebesar Rp20.000.000 menghasilkan penjualan sebesar Rp30.000.000, berarti diperoleh laba sebesar Rp10.000.000. Maka secara sederhana perhitungan ROI dalam presentase adalah

$$\text{ROI} = \frac{(\text{Rp}30.000.000-\text{Rp}20.000.000)}{\text{Rp } 20.000.000} \times 100\%$$

$$\text{ROI} = 50\%$$

Sesuai perhitungan di atas, tingkat ROI yang dihasilkan adalah sebesar 50%. Tidak jarang fokus kita hanya pada margin keuntungan atas produk atau jasa, namun seharusnya juga menghitung ROI dengan akurat untuk memperoleh kepastian bahwa bisnis tersebut mampu berkembang. Yang harus diperhatikan oleh pengusaha dalam menjalankan bisnis adalah jumlah dana yang harus diinvestasikan guna pencapaian target penjualan, jumlah margin keuntungan yang didapatkan, dan bagian dari margin keuntungan yang akan dipakai untuk pengembangan.

Apabila investasi yang dilakukan hanya menghasilkan margin keuntungan yang sedikit, maka bisnis tersebut akan mengalami kesulitan untuk berkembang di masa yang akan datang dan bahkan dalam jangka panjang akan mengalami kegagalan.

Menetapkan Harga Jual Produk Ekspor (Ex Work, FOB, CFR/C&F dan CIF)

International Commercial Terms atau Incoterms merupakan kumpulan istilah agar memiliki pengertian yang sama antara penjual dan pembeli dalam perdagangan internasional. Pada Incoterms dijelaskan hak dan kewajiban pembeli dan penjual yang berkaitan dengan pengiriman barang, yaitu mencakup penanggung jawab proses ekspor impor, proses pengiriman barang, penanggung biaya dan penanggung risiko jika terjadi perubahan kondisi barang karena proses pengiriman.

International Chamber of Commerce (ICC) atau Kamar Dagang Internasional mengeluarkan Incoterms versi terakhir pada tanggal 1 Januari 2011 disebut Incoterms 2010 dalam bahasa Inggris sebagai bahasa resmi, dan 31 bahasa lain sebagai terjemahan resmi. Pada Incoterms 2010 terdapat penyederhanaan 11 istilah dari 13 istilah Incoterms 2000, yaitu penambahan 2 istilah baru dan menggantikan 4 istilah lama. Dalam Incoterms 2010 istilah baru ada dua yaitu *Delivered at Place* (DAP) dan *Delivered at Terminal* (DAT), sedangkan istilah lama

yang digantikan ada empat antara lain: DES (*Delivered Ex Ship*), DAF (*Delivered at Frontier*), DDU (*Delivered Duty Unpaid*), DEQ (*Delivered Ex Quay*). Dua kategori dalam Incoterms 2010 sesuai metode pengiriman, yaitu 4 istilah yang berlaku khusus, dan 7 istilah yang berlaku secara umum untuk pengiriman melalui transportasi air.

Berikut adalah istilah dalam Incoterms 2000:

1. **EXW (nama tempat):** *Ex Works*, pihak penjual menentukan tempat pengambilan barang.
2. **FOB (nama pelabuhan keberangkatan):** *Free On Board*, pihak penjual mempunyai tanggung jawab mulai mengurus izin ekspor sampai pemuatan barang di kapal yang siap berangkat. Berlaku hanya untuk transportasi air.
3. **CFR (nama pelabuhan tujuan):** *Cost and Freight*, dimana biaya yang harus dibayar pihak penjual hingga kapal tersebut sampai di pelabuhan tujuan, tanggungjawabnya hanya hingga kapal berangkat dari pelabuhan keberangkatan, dan berlaku bagi transportasi air.
4. **CIF (nama pelabuhan tujuan):** *Cost, Insurance and Freight*, sama dengan CFR dengan penambahan bahwa pihak penjual wajib menanggung biaya asuransi untuk barang yang dikirim, dan hanya berlaku bagi transportasi air.

Untuk perhitungan bea masuk dan pajak impor, data yang diperlukan adalah data harga barang dan besaran tarif bea masuk. Penentuan harga barang adalah harga yang ada pada invoice, ditambah biaya asuransi dan biaya kirim (*freight*).

Pada perdagangan international beberapa cara yang dipakai dalam penentuan harga dan penyerahan barang, contohnya:

- *Door to door*
- *Port to port*

- *Cost and Freight*
- *Cost Insurance and Freight*
- *Freight on Board*
- Dan lain lain

Cost artinya harga barang tersebut, *freight* mempunyai arti biaya pengiriman baik melalui kapal laut ataupun pesawat. Yang sering digunakan untuk kegiatan impor ekspor adalah system *Freight on Board* (FOB) dan *Cost Insurance Freight* (CIF).

FOB (*Free On Board*) mempunyai arti pihak eksportir hanya bertanggung jawab sampai barang berada di atas kapal (*vessel*). CIF (*Cost Insurance and Freight* yaitu harga barang sampai pelabuhan tujuan dan keadaan bahwa total biaya pengapalan sampai ke pelabuhan tujuan dibayar oleh eksportir atau penjual, dan eksportir wajib menutup asuransinya. *Freight Cost* atau ongkos angkut ialah *expenditure* atau biaya yang harus dikeluarkan untuk pemindahan barang dari gudang penjual ke gudang pembeli, sebagai komponen dari *landing cost calculation* dan *landing cost*. Penyerahan barang-barang dilakukan oleh penjual kepada pengangkut yang ditunjuknya sendiri, namun penjual wajib membayar ongkos-ongkos angkut yang perlu untuk mengangkut barang-barang itu sampai ke tempat tujuan. Hal itu berarti bahwa pembeli memikul semua risiko dan membayar semua ongkos yang timbul setelah barang-barang yang wajib. Disamping itu dengan persyaratan CIF, maka penjual mempunyai kewajiban untuk menutup kontrak asuransi dan melaksanakan pembayaran premi asuransi.

Dalam menghitung Bea masuk jika FOB berarti masih harus ditambah dengan Insurance, bila CIF maka langsung bisa dihitung bea masuk dan pajaknya. Untuk menghitung Bea Masuk diperlukan kurs yang berlaku pada saat itu umumnya tidak berbeda jauh dengan kurs harian, untuk penghitungan pajak, kurs ditetapkan setiap minggu oleh menteri

keuangan. Setelah tahu kurs, harga barang, biaya kirim dan biaya asuransi diketahui selanjutnya menghitung besarnya bea masuk dan pajak impornya. Tidak hanya USD tapi mata uang asing lainnya sudah ditetapkan kursnya.

Tidak jarang karena ketidaktahuan tentang pajak akan mengurungkan niat untuk membeli barang tersebut, yang sesungguhnya jika mengerti ternyata pajak yang harus dibayar tidak sebesar yang diduga. Setiap barang yang di pesan dari luar negeri, ketika sampai di Indonesia, maka yang dilihat adalah kategori barang tersebut masuk dalam kategori barang mewah atau non barang mewah.

Setelah diketahui kategori maka ditentukan apakah perhitungan pajak tersebut berdasarkan FOB (*Free On Board/Freight On Board*) atau masuk ke perhitungan CIF (*Cost Insurance Freight*). Selanjutnya jumlah atau batas minimum belanja yang akan terkena pajak, misalnya \$50. Apabila belanja sama dengan atau dibawah \$50, maka tidak dikenai Pajak Bea Masuk, tetapi jika belanja melebihi \$50, akan terkena Pajak Bea Masuk.

Barang-barang yang merupakan kategori barang mewah akan masuk ke kelas CIF. Barang-barang tersebut adalah:

1. Barang yang bukan merupakan barang kebutuhan pokok.
2. Barang yang hanya dikonsumsi masyarakat tertentu.
3. Barang yang dikonsumsi oleh masyarakat berpenghasilan tinggi.
4. Barang yang dikonsumsi untuk menunjukkan status.

Apabila barang diluar empat kategori diatas, maka barang belanja termasuk dalam kelas FOB. Nilai pajak akan dihitung dari 3 komponen dibawah ini:

1. Tarif Bea Masuk (tergantung kategori barang).
2. Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebesar 10%.
3. Pajak Penghasilan (PPh) sebesar 2.5% s/d 12.5%.

Di bawah ini akan diberikan contoh perhitungan Pajak kelas FOB dan CIF:

Harga barang = cost ©

Asuransi = insurance (I)

Ongkos kirim = freight (F)

Bea Masuk = CIF * tarif bea masuknya (misal 0%, 5%, 10% dst lihat di BTBMI)

PPN = (CIF + bea masuk) * 10%

PPh = (CIF + bea masuk) * 7.5%

Harga Barang : \$21.500

Ongkos Kirim+Insurance :

Angkutan di darat dikurangi penanganan	\$ 798
Angkutan Samudra	\$2633
Asuransi risiko dagang	\$ 105
Asuransi laut – total barang	\$ 167,15 +
Hasil	\$ 3703,15 +
Total belanja :	\$25203,15
Nilai kena pajak :	\$ 50 -
CIF	\$25153,15
Bea masuk= 10% x \$25153,15	= \$ 2515,315
PPN = 10% x (\$25153,15 + \$2515,315)	= \$ 2766,8465
PPh = 7,5% x (\$25153,15 + \$2515,315)	= \$ 2075,1348 +
Total pajak:	\$7357,2963

Nilai Freight (% FOB atau CFR)

Sarana Pengangkutan	ASEAN Asia/	Australia	Afrika/Timur Tengah	Eropa	Amerika
Laut	1,53	2,03	4,05	5,03	5,57
Udara	6,5	8,5	12,03	18	19
Lainnya**	2,99	2	-	-	-

Nilai Asuransi (% FOB atau CFR)

Sarana Pengangkutan	ASEAN	Asia/Australia	Afrika/Timur Tengah	Eropa	Amerika
Laut	0,1951	0,205	0,215	0,205	0,225
Udara	0,16	0,17	0,175	0,17	0,185
Lainnya**	0,0383	0,064	-	-	-

**angkutan darat/truk

BAB VI

KORESPONDENSI EKSPOR

6.1 Menyiapkan Korespondensi Ekspor

Korespondensi adalah aktivitas atau kegiatan surat menyurat antara pembeli dan penjual. Korespondensi dari sisi eksportir adalah sebagai berikut:

- **Surat Perkenalan (*Introduction Letter*)** adalah *e-mail* awal atau surat eksportir kepada calon pembeli (*buyer*) untuk memperkenalkan produk dan perusahaan (tidak mencantumkan harga pada saat perkenalan produk). Gunakan *Greetings Dear Sir* (jika tahu laki-laki), *Dear Madam* (Perempuan), *Dear Sirs* (bila tidak tahu laki-laki atau perempuan).
- **Surat Penawaran (*Offering Letter/Quotation*)** adalah penawaran harga yang dibuat sesuai permintaan (*Inquiry*), penjelasan tentang spesifikasi barang, harga, kuantitas, dan metode pembayaran. Dalam penawaran harga, cantumkan minimal harga *FOB (Freight On Board)* yaitu harga barang sampai pelabuhan lokal.

Korespondensi dengan *buyer* atau importir perlu didukung informasi yang lengkap dari eksportir. Tidak hanya informasi terkait produk yang ditawarkan tetapi juga informasi tentang perusahaan eksportir. Hal ini penting untuk meyakinkan pembeli bahwa perusahaan eksportir kredibel untuk diajak bekerja sama. Informasi terkait hal ini dimasa yang lalu dilakukan dengan mengirimkan *company profile* kepada *buyer*. Di era sekarang, semua bisa dilakukan secara *online*, dengan menggunakan *website*.

Website adalah bagaikan rumah dalam dunia maya, yang memberikan gambaran tentang perusahaan secara lengkap. Dalam *website* bisa ditampilkan apa saja terkait perusahaan atau produk. Tidak

terbatas dalam bentuk narasi atau gambar dua dimensi, *website* bisa menampilkan gambar, video, animasi dan lain sebagainya untuk menjelaskan kepada *audience* secara riil.

Pembeli dimudahkan oleh *website* ini, mereka bisa mendapatkan gambaran tentang eksportir dan produk yang diinginkan tanpa harus mendatangi ke negara asalnya. Produk secara detail bisa dilihat, bukan saja produk akhirnya, tetapi bisa juga dari proses awalnya dijelaskan dalam *website*. Pembeli tidak perlu bertanya hal-hal detail melalui korespondensi, mereka sudah bisa mendapat penjelasan dengan melihat *website* yang ada.

Media lain yang bisa digunakan untuk memperkenalkan perusahaan ataupun produk adalah media sosial. Pesatnya perkembangan media sosial mulai menggeser peran *website*. Melalui *social media* dapat mencari pembeli dan mengenalkan produk. Dengan demikian *website* dan sosial media dapat dijadikan tempat membentuk citra diri sebagai pebisnis atau eksportir yang mempunyai kredibilitas.

Menyiapkan Tujuan dan Materi Korespondensi Ekspor

Kegiatan surat-menyurat atau korespondensi menjadi bagian dari kehidupan organisasi bisnis sehari-hari. Pada dasarnya surat adalah alat komunikasi jarak jauh antar manusia dengan menggunakan bahasa tulis dan secarik kertas sebagai sarannya. Dengan kata lain disebutkan bahwa surat adalah sarana untuk menyampaikan pikiran, isi hati, maksud, atau kehendak pada orang lain melalui bahasa tulis dengan memakai kertas sebagai sarannya.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dinyatakan bahwa surat adalah kertas (kain, dan sebagainya) yang tertulis (berbagai-bagai isi maksudnya), secarik kertas (kain, dan sebagainya) sebagai tanda atau keterangan; kartu tulisan (yang tertulis). Pengertian tentang surat ini dirumuskan berdasarkan pengamatan terhadap bentuk, wujud, tentang isi

dan fungsi surat. Surat itu terdiri dari bahan kertas (kain) dan rekaman maksud atau gagasan penulis. Kemudian ada yang berbentuk kartu yang fungsinya menyampaikan warta dan memberi keterangan beserta identitas pribadi seseorang, misalnya kartu pos, kartu penduduk, kartu mahasiswa, dan lain-lain. Selain sebagai alat komunikasi, surat memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Tanda Bukti yang Otentik

Surat merupakan bukti hitam di atas putih dan dapat menyimpan rahasia. Misalnya, surat perjanjian surat nikah, akte kelahiran, surat wasiat, dan lain-lain.

2. Alat Peningat

Kemampuan manusia untuk mengingat sangatlah terbatas, terlebih lagi dalam aktivitas yang rumit dan kompleks. Dengan pengarsipan yang baik, dokumen tertulis akan berfungsi sebagai alat pengingat jika suatu saat diperlukan. Fungsi surat sebagai alat pengingat lebih banyak dimanfaatkan dan lebih terasa di kantor besar daripada di kantor kecil. Hal ini disebabkan kantor besar mempunyai volume pekerjaan yang lebih besar daripada yang di kantor kecil. Dengan volume pekerjaan yang relatif besar, di kantor besar lebih banyak terdapat surat masuk dan surat keluar. Oleh sebab itu, isi surat acapkali terlupakan, sehingga terpaksa dicari dan diambil dari kearsipan bila muncul masalah yang berhubungan dengan isi surat tersebut.

3. Dokumen Historis

Surat merupakan dokumentasi bersejarah yang dapat menggambarkan tentang kejadian-kejadian di masa lalu, contohnya Supersemar. Dalam perkembangan sebuah perusahaan, tentu mengalami perubahan dari masa ke masa. Kalau pihak tertentu ingin mengetahui perubahan-perubahan dalam perusahaan (maju-mundurnya perusahaan), maka dapat memakai surat-surat tertentu

sebagai sumbernya, baik surat-surat lama maupun surat-surat yang masih relatif baru. Dimana isi surat-surat itu merupakan rekaman kondisi perusahaan pada waktu tertentu, sehingga perubahan dari waktu ke waktu dapat diketahui. Jadi surat-surat dapat dijadikan sebagai bukti historis dari perkembangan kehidupan manusia.

4. Sebagai Pedoman Pelaksanaan Kerja

Pejabat instansi tidak jarang memakai surat sebagai pedoman pelaksanaan pekerjaan bagi para pegawai. Penggunaan surat sebagai pedoman pelaksanaan pekerjaan bertujuan agar semua kegiatan, baik di dalam maupun diluar instansi, dapat terlaksana dengan lancar dan baik. Disamping itu, beban pejabat menjadi ringan karena tidak harus selalu memberi petunjuk kepada bawahannya secara tatap muka. Surat yang berfungsi sebagai pedoman pelaksanaan pekerjaan umumnya dibuat dalam bentuk surat edaran atau instruksi, surat keputusan, nota tugas, dan lain-lain.

5. Jaminan Keamanan

Selembaar surat mampu memberikan jaminan keamanan kepada seseorang. Contohnya, surat keterangan jalan akan memberikan jaminan keamanan kepada seseorang dalam suatu perjalanan.

6. Utusan atau Duta Organisasi

Surat berfungsi sebagai utusan atau duta organisasi yang mampu mencerminkan citra, mentalitas, jiwa, dan kondisi internal organisasi yang bersangkutan.

7. Dasar Penilaian dan Keputusan

Pengambilan keputusan umumnya dilakukan berdasarkan berbagai pertimbangan. Surat merupakan salah satu dasar penilaian dan pengambilan keputusan. Contohnya: surat rekomendasi, surat keterangan, dan surat dalam bentuk laporan.

8. Sebagai Barometer Kegiatan Organisasi
Kegiatan organisasi diinformasikan pada pihak eksternal dan internal melalui surat, sehingga intensitas kegiatan organisasi dapat diukur dari frekuensi surat-menyurat.
9. Sebagai alat untuk menghindari kesalahpahaman dan memupuk sikap saling pengertian. Apabila suatu surat tidak disusun dengan baik, maka dapat menimbulkan kekacauan. Tetapi melalui surat dapat menumbuhkan saling pengertian dan menghindari kesalahpahaman.
10. Sarana meningkatkan kerja sama dengan pihak lain
Kerja sama dengan pihak lain akan terjalin lebih kuat dengan adanya surat. Dengan adanya surat menyurat dengan berbagai pihak, dapat meningkatkan kerja sama yang erat guna mencapai tujuan perusahaan.

Dari uraian diatas, dapat dikatakan bahwa fungsi umum surat adalah sebagai alat komunikasi tak langsung atau tidak tatap muka. Fungsi khususnya dapat dikemukakan sebagai alat dokumentasi. Surat berfungsi sebagai alat dokumentasi apabila surat dijadikan sebagai alat pemberian atau pengumpulan bukti-bukti ataupun keterangan. Umumnya surat dijadikan sebagai alat dokumentasi apabila terjadi perselisihan atau perbedaan pendapat antara dua pihak, contohnya suatu instansi dengan instansi lain, antara suatu instansi dengan seseorang, antara seseorang dengan orang lain, dan sebagainya. Surat yang sering dijadikan sebagai pemberi bukti adalah surat nikah, surat keterangan lahir, surat perjanjian, dan sebagainya.

Mengidentifikasi Informasi Calon Pembeli

Calon konsumen atau calon pembeli dalam dunia penjualan dan pemasaran, terutama bidang penjualan langsung (*direct selling*) biasa

disebut prospek (*prospect*). Sedangkan aktivitas untuk mendapatkan calon pembeli atau calon konsumen seringkali disebut *prospecting*, atau *finding prospect*.

Prospect sebenarnya adalah konsumen umum yang memiliki kemungkinan tinggi, atau memiliki potensi tinggi untuk melakukan pembelian terhadap produk (barang dan jasa) yang ditawarkan. Sedangkan prospek (*prospect*) menurut para ahli adalah:

- Arti prospek (*prospect*) adalah gambaran detail tentang ancaman dan peluang dari suatu aktivitas pemasaran dan penjualan di waktu mendatang yang belum pasti (Siswanto Sutejo).
- Pengertian prospek (*prospect*) merupakan kelompok atau individu atau organisasi yang potensial bagi pemasar/penjual dan ingin berperan dalam suatu pertukaran bisnis, atau calon pembeli yang memiliki keinginan pada suatu produk atau jasa tertentu (Bilson Simamora).

Metode Menemukan Prospek atau Calon Konsumen

Ada banyak cara untuk bisa menemukan calon konsumen, setiap perusahaan atau jenis usaha memiliki metode tersendiri, demikian juga dengan *sales executive*, masing-masing orang bisa memiliki cara yang berbeda-beda.

Berikut adalah beberapa metode untuk mencari atau menemukan calon konsumen yang sering digunakan, yaitu:

a. *The Endless Chain* (Referensi)

Metode ini paling banyak digunakan oleh *sales executive*, dimana dalam metode ini salesman saat melakukan *prospecting* akan meminta referensi satu atau lebih kenalan atau siapa saja yang bisa dijadikan calon konsumen. Dengan demikian *sales executive* tidak akan kehabisan calon konsumen, dan *prospect* baru yang diberikan

biasanya adalah calon konsumen yang cukup potensial dan sudah memenuhi persyaratan.

b. ***The Center of Influence (Tokoh Masyarakat)***

Seperti kita ketahui, di setiap daerah biasanya akan selalu ada tokoh masyarakat atau mereka yang cukup disegani, baik karena faktor agama, faktor sosial, faktor kemasyarakatan atau karena faktor yang lainnya. Mereka ini sangat biasanya memiliki referensi atau kenal dengan sekian orang yang bisa jadi cocok untuk menjadi calon konsumen produk. Kita bisa minta bantuan mereka untuk memberikan referensinya, dan tentu saja ada balas jasa yang diberikan jika berhasil mendapatkan prospek baru.

c. ***Direct Demonstration (Demo di Tempat)***

Dalam metode ini mengunjungi suatu daerah, kemudian meminta ijin untuk melakukan demo produk. Umumnya demo dilaksanakan di rumah siapa saja, namun acapkali dilakukan bersamaan dengan acara yang ada di daerah tersebut, contoh: PKK, arisan, pengajian, dan lain-lain. Tetapi kadang-kadang demo produk berdiri sendiri, dan seringkali dengan demo ini akan memperoleh calon konsumen yang potensial.

d. ***Canvassing (Keliling)***

Metode ini merupakan metode standar yang digunakan oleh *sales executive*, yaitu menawarkan produk secara keliling. *Sales executive* akan mengunjungi satu area, kemudian keliling menawarkan produk, bisa secara langsung dengan membawa produknya atau hanya brosur saja untuk kemudian di demokan.

e. ***Personal Observation (Observasi Pribadi)***

Metode adalah metode pelengkap dari beberapa metode diatas, dimana hampir semua *sales executive* wajib untuk melakukan *personal observation*. *Personal observation* adalah metode untuk selalu memperhatikan sekeliling kita, apakah ada peluang yang bisa

mengarah ke transaksi atau *prospecting*. *Personal observation* bisa dilakukan dimana saja, kapan saja, misal saat bertemu teman, saat menghadiri suatu acara, *traveling* bahkan saat kita duduk-duduk pun bisa kita lakukan.

f. **Evaluasi Calon Konsumen**

Seperti kita ketahui, tidak semua calon konsumen adalah calon konsumen yang potensial, yang memenuhi syarat untuk di prospek lebih lanjut, kenyataannya banyak sekali *sales executive* yang membuang waktunya dengan melakukan *prospecting* dengan prospek yang kurang tepat. Itulah sebabnya penting bagi *sales executive* untuk melakukan evaluasi sebelum menempatkan mereka di daftar calon konsumen potensial yang hendak di prospek lebih lanjut.

Jenis dan Media Korespondensi Ekspor

Jenis-jenis Surat

1. Menurut kepentingan dan pengirimannya, surat dapat dikelompokkan sebagai berikut:
 - a. Surat pribadi, merupakan surat yang dikirimkan seseorang kepada orang lain atau suatu organisasi/instansi. Kalau surat ditujukan kepada seseorang seperti kawan atau keluarga, bahasa yang dipakai relatif lebih bebas.
 - b. Surat dinas pemerintah, merupakan surat resmi yang dipakai instansi pemerintah guna kepentingan administrasi pemerintahan.
 - c. Surat niaga, merupakan surat resmi yang dipakai oleh badan usaha atau perusahaan.
 - d. Surat sosial, merupakan surat resmi yang dipakai oleh organisasi kemasyarakatan yang sifatnya nirlaba (*nonprofit*).

2. Menurut isinya, surat dapat dikelompokkan menjadi surat pemberitahuan, surat keputusan, surat perintah, surat permintaan, surat panggilan, surat peringatan, surat perjanjian, surat pengantar, surat penawaran, dan surat lamaran pekerjaan.
3. Menurut sifatnya, surat dapat diklasifikasikan sebagai berikut.
 - a. Surat biasa, artinya surat dapat diketahui oleh orang lain selain yang dituju.
 - b. Surat *confidential* (terbatas), maksudnya, isi surat hanya boleh diketahui oleh kalangan tertentu yang terkait saja.
 - c. Surat rahasia, yaitu surat yang isinya hanya boleh diketahui oleh orang yang dituju.
4. Berdasarkan banyaknya sasaran, surat dikelompokkan menjadi surat biasa, surat edaran, dan surat pengumuman.
5. Berdasarkan tingkat kepentingannya, surat terbagi atas surat biasa, surat kilat, dan surat kilat khusus.
6. Berdasarkan wujudnya, surat dibagi atas memo, nota, kartu pos, surat bersampul, warkat pos, telegram, dan faksimili.
7. Berdasarkan ruang lingkup sasarannya, surat dibagi atas surat ekstern dan surat intern.

Media Korespondensi Ekspor

Sesuai survei tentang transaksi bisnis internasional menyatakan sekitar 80% aktivitas interaksi dan komunikasi bisnis impor ekspor pada umumnya melalui surat menyurat (korespondensi) seperti melalui sarana faksimili, teleks, dan *e-mail*. Selain itu sisanya dilaksanakan melalui negosiasi tatap muka langsung *face to face negotiation*. Dengan kata lain bahwa korespondensi memegang peranan yang amat penting dalam perdagangan internasional pada umumnya. Hasil dari negosiasi tatap muka (*face to face negotiation*) selanjutnya akan dirumuskan dan didokumentasikan dalam bentuk korespondensi atau surat menyurat. Oleh

sebab itu maka hasil pertemuan tatap muka dari kedua belah pihak yang bernegosiasi akan dituangkan dalam bentuk *minutes* atau catatan notulen. Notulen pada umumnya merupakan catatan tertulis yang diberi *initial* atau akan diparaf dari masing-masing pihak yang bernegosiasi, sebagai tanda kesepakatan sementara. Jadi jelaslah bahwa meskipun suatu transaksi dilakukan dengan cara tatap muka, namun pada akhirnya tetap dirumuskan dalam bentuk tertulis, atau dokumen surat menyurat. Cara apapun yang digunakan dalam transaksi baik melalui korespondensi atau negosiasi tatap muka, korespondensi tetap akan memegang peranan yang penting, karena tanpa korespondensi baik melalui media surat biasa, teleks, faksimili, *e-mail*, maka suatu transaksi perdagangan khususnya ekspor impor mustahil dapat dilaksanakan.

a. Korespondensi dan Citra Baik (*Favourable Image*)

Mayoritas relasi bisnis hanya mengenal perusahaan melalui surat-surat (*brosur, leaflet, price list*) yang telah dikirimkan, mereka tidak mengenal secara pribadi atau personal. Oleh sebab itu, desain bentuk dan isi surat mulai dari kop surat, isi surat dan bahasa yang dipakai merupakan cerminan awal dari eksistensi perusahaan. Pada tahap awal pengenalan citra perusahaan mungkin sekilas hanya diwakili oleh bentuk kop surat atau sampul amplopnya, oleh sebab itu desain amplop maupun kop surat perlu dibuat dengan desain yang indah dan anggun yang mampu memberikan informasi dasar tentang perusahaan, terutama dapat menunjukkan sejauh mana bonafiditas dan integritas perusahaan.

b. Korespondensi dan Reputasi (*Good Reputation*)

Jika perusahaan telah memperoleh pesanan pertama (*first order/trial order*), artinya bahwa mulai memasuki tahap yang amat penting dalam kehidupan usaha bisnis tersebut. Pesanan pertama adalah sebagai ujian atas bonafiditas perusahaan, dan menjadi

- salah satu ukuran apakah perusahaan mampu memegang komitmen, khususnya tentang tepat mutu dan tepat waktu.
- c. Korespondensi dan Kepercayaan (*Reliability*)
- Citra yang baik muncul dari penampilan lahir yang baik, sedangkan reputasi yang baik akan terlahir dari kemampuan perusahaan dalam memegang janji komitmen atau dalam menunjukkan kinerja yang baik. Jika perusahaan dapat mencapai kedua sasaran diatas, maka secara otomatis para pelanggan akan menaruh kepercayaan kepada perusahaan dalam aktifitas transaksi bisnisnya. Korespondensi memiliki peran yang penting demi terwujudnya ketiga sasaran, yaitu tercapainya reputasi, citra, dan kepercayaan dari mitra bisnis perusahaan.

6.2 Melaksanakan Korespondensi Ekspor

Kegiatan surat-menyurat atau korespondensi menjadi bagian dari kehidupan organisasi bisnis sehari-hari. Peranan korespondensi dalam bisnis antara lain:

1. Menciptakan Surat yang Baik, Jelas, dan Tepat

Kesalahan dalam penulisan berbagai surat masih banyak terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Contohnya: tanda baca tidak benar, susunan kalimat tidak lengkap, berbelit-belit, tata bahasa tidak teratur, dan salah mengadopsi bentuk dan model surat. Kesalahan tersebut terjadi karena:

- (a) Tidak ada pengarahan dan pengendalian mengenai cara menulis surat yang baik, baik di lingkungan keluarga maupun organisasi.
- (b) Masyarakat sendiri terlalu mudah memaafkan dalam kesalahan dalam penulisan surat.

Penulisan surat yang semrawut dapat mengakibatkan kesalahpahaman atau kekacauan yang bisa menghalangi arus

informasi. Korespondensi adalah kegiatan yang secara tidak langsung merupakan proses pembelajaran dalam membuat surat yang baik.

2. Menciptakan Kerjasama yang Baik

Tanpa bekerja sama dengan pihak lain yang baik, perusahaan tidak dapat mencapai tujuan. Supaya dapat bekerja sama dengan pihak lain, maka perusahaan perlu menjaga komunikasi dengan baik. Pihak lain akan mendukung terciptanya kerja sama yang baik.

3. Menyebarkan Kegiatan

Tidak semua orang dalam perusahaan secara otomatis mengetahui kegiatan yang terjadi didalam perusahaan atau kegiatan yang terjadi antara perusahaan dengan pihak luar. Peranan korespondensi sangat penting dalam menyebarkan kegiatan perusahaan, baik kepada pihak eksternal maupun internal perusahaan.

Menyusun Konsep Korespondensi Ekspor

Asal kata korespondensi ialah dari kata *Correspondentie* (Belanda), atau *Correspondence* (Inggris), yang mengandung arti hubungan yang terjadi antara pihak-pihak yang terkait. Umumnya hubungan pihak-pihak yang terkait dalam bisnis sifatnya resmi dan dilakukan melalui surat menyurat, jadi korespondensi dapat diartikan sebagai surat menyurat. Surat ialah salah satu media pada saluran komunikasi tertulis, yang dipakai untuk memberikan informasi kepada pihak lain. Informasi yang disampaikan melalui surat contohnya berupa permintaan, pemberitahuan, keterangan, pernyataan, perintah, atau laporan. Bentuk informasi dapat diketik atau ditulis dalam secarik kertas (konvensional), atau bisa juga berupa surat elektronik (*e-mail*). Pada setiap proses komunikasi pengirim informasi atau pesan memiliki harapan bahwa informasi dapat terkirim sampai ke penerima, dan penerima mengerti atau memahami informasi tersebut. Keinginan

pengirim selanjutnya bahwa penerima akan melakukan langkah tertentu sesuai dengan yang dikehendaki. Atau dengan kata lain, tujuan umum setiap surat yang ditulis oleh pengirim adalah reaksi yang timbul dari penerima pesan tepat seperti yang diharapkan.

Untuk mencapai tujuan korespondensi maka isi dari korespondensi harus dipersiapkan dengan baik. Dalam kaitan dengan penawaran produk ekspor, tentu isi yang paling ditekankan adalah apa yang akan ditawarkan kepada pembeli. Produk yang akan dijual sebaiknya dijelaskan secara komprehensif untuk mudah dipahami calon pembeli. Penjelasan yang diberikan dibuat singkat tetapi memberi gambaran riil dibenak calon konsumen.

Mengidentifikasi Kebutuhan Mitra Bisnis/Calon Pembeli

Berikut adalah beberapa hal untuk melakukan evaluasi atas calon konsumen, yaitu:

- **Kebutuhan dan Keinginan akan Produk**

Baik calon konsumen pribadi maupun institusi, mereka harus memiliki kebutuhan atau keinginan terhadap produk (barang atau jasa) yang ditawarkan. Kebutuhan dan keinginan akan produk ini memang tidak selalu tampak dengan jelas, kadang berbentuk permasalahan yang solusinya adalah dengan produk, itulah sebabnya seorang *sales executive* harus mampu membaca hal yang demikian. Selain itu sering kali calon konsumen tidak menyadari bahwa mereka membutuhkan produk tersebut, mereka menganggap apa terjadi adalah hal yang biasa saja, padahal dengan memiliki produk yang kita tawarkan bisa jadi mereka akan lebih produktif.

- **Memiliki Daya Beli**

Faktor berikutnya adalah daya beli, bisa jadi calon konsumen tersebut memang membutuhkan atau menginginkan produk, namun

jika mereka tidak memiliki daya beli, baik secara langsung maupun tidak langsung, maka mereka bukanlah calon konsumen yang prospektif, bukan calon konsumen yang potensial. *Sales executive* hendaknya paham akan hal ini, karena jika tetap melakukan *prospecting* dan *closed*, maka bisa jadi kelak akan terjadi permasalahan dalam pembayaran, yang bisa berpotensi menimbulkan *bad debt* (piutang macet).

- **Pengambil Keputusan**

Sales executive harus pandai melihat apakah prospek adalah orang yang bisa mengambil keputusan atau orang yang memiliki wewenang untuk mengambil keputusan. Biasanya jika prospek adalah institusi, maka pengambil keputusan adalah orang tertentu, bisa pimpinan institusi tersebut atau orang yang memang diberi wewenang, seperti bagian pembelian dan *user* dari produk tersebut. Dengan *sales executive* melakukan *prospecting* ke orang yang tepat, orang memiliki wewenang untuk mengambil keputusan, maka proses *prospecting* akan berjalan dengan baik.

- **Syarat Khusus (Produk)**

Dalam proses jual beli, biasanya ada syarat-syarat khusus, yang berhubungan dengan produk yang dijual. Beberapa produk mensyaratkan kondisi khusus untuk bisa memiliki atau menggunakan produk tersebut, dan jika syarat tersebut tidak bisa dipenuhi oleh calon konsumen, maka calon konsumen tersebut bukanlah prospek yang tepat.

- **Kunjungan Penjualan**

Meski semua persyaratan di atas bisa dipenuhi oleh calon konsumen, akan tetap percuma jika prospek tersebut tidak bisa atau sulit untuk ditemui. Bagaimana cara *sales executive* melakukan penawaran, presentasi kepada calon konsumen, jika untuk

dihubungi saja sulit, maka calon konsumen tersebut bukanlah prospek yang potensial.

Melaksanakan Korespondensi Ekspor

Pada korespondensi bisnis yang harus diperhatikan antara lain:

1. Bahasa Surat yang baik

Seperti kita ketahui bahwa pada paragraf isi surat mengandung pesan pengirim yang ingin disampaikan kepada penerima surat. Supaya pesan yang disampaikan tersebut mudah dipahami dan komunikatif oleh penerima surat, maka dianjurkan memakai bahasa yang benar, sesuai dengan ketentuan atau kaidah yang berlaku dalam dunia surat-menyurat. Pada surat-surat bisnis maupun surat-surat resmi, pemilihan kata hendaknya memenuhi syarat yang baku, lazim dan cermat. Tidak dianjurkan memakai kata-kata yang belum diakui kebakuanannya. Selain memilih kata yang baik, dalam menulis surat-surat bisnis perlu memakai kata yang lazim dalam masyarakat, yakni kata-kata yang telah dikenal. Gunakanlah istilah atau kata dalam bahasa Indonesia. Disamping pemilihan kata yang lazim, kata yang baku, bahasa surat bisnis juga perlu menggunakan pemilihan kata yang cermat. Untuk hal ini pengirim surat hendaknya melihat kedudukan dari penerima surat, agar tidak terjadi salah paham, contohnya memiliki maksud untuk mempererat tali persaudaraan, namun justru menimbulkan kesan yang kurang baik kepada penerima surat. Dalam penyusunan surat yang baik, penulis harus memperhatikan hal-hal berikut:

- Menentukan maksud surat lebih dahulu, yakni pokok pembicaraan yang akan disampaikan kepada penerima surat, misal berupa permintaan, pemberitahuan, pernyataan, pertanyaan, laporan atau hal lain.
- Menentukan urutan masalah yang akan dituliskan.

- Merumuskan pokok pembicaraan secara runtut dan satu persatu, logis, teratur dengan memakai kalimat dan ungkapan yang sopan, menarik, segar, dan mudah ditangkap pembaca.
- Menghindari pemakaian akronim atau singkatan kata, yang tidak biasa atau singkatan bentuk sendiri.
- Menguasai dan memperhatikan bentuk surat dan penulisan bagian-bagiannya.
- Mengikuti pedoman penulisan tanda baca dan ejaan sesuai dengan Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia Yang Disempurnakan dan Pedoman Pembentukan Istilah dalam Bahasa Indonesia.

2. Bahasa Korespondensi Bisnis

Surat menurut bisnis atau korespondensi bisnis mempunyai bahasa tersendiri yaitu bahasa korespondensi bisnis. Bahasa korespondensi bisnis mempunyai ciri-ciri lugas, jelas, menarik dan santun.

3. Jelas

Yang dimaksud jelas ialah mudah dimengerti dan bebas dari kemungkinan salah tafsir. Pada surat menyurat bisnis, perlunya kecermatan dalam memilih kata, keutuhan kalimat dan penggunaan tanda baca.

4. Lugus

Pengertian lugus ialah hemat. Artinya hemat ialah ekonomis dalam penggunaan kata, namun dengan cakupan makna yang lengkap.

5. Menarik dan Santun

Bahasa yang menarik tidak harus indah seperti bahasa yang dipakai dalam syair. Yang dimaksud bahasa menarik disini ialah bahasa yang hidup dan santun, menghindari pengulangan kata yang menjemukan, sehingga mampu membangkitkan minat pembaca.

BAB VII

KONTRAK DAGANG PRODUK EKSPOR

7.1 Menyiapkan Kontrak Ekspor

Perdagangan ekspor impor lazim juga disebut sebagai perdagangan dokumen karena hampir seluruh aktivitasnya dibuktikan, atau direpresentasikan dalam bentuk dokumen. Penawaran dilakukan dalam bentuk tertulis berupa surat perkenalan (*introduction letter*) yang dikirim oleh seorang eksportir kepada calon pembelinya di luar negeri, yang selanjutnya jika si calon pembeli tertarik terhadap apa yang ditawarkan, akan mengirim surat pesanan juga tertulis. Surat balasan yang sering disebut *inquiry* ini bisa berisi permintaan penjelasan informasi lebih lanjut, atau bisa pula permintaan agar dikirimkan barang contoh, brosur, daftar harga dan sebagainya.

Sampai disini, kedua belah pihak sudah mulai melaksanakan korespondensi yang akan berlanjut kepada tercapainya kesepakatan-kesepakatan tertentu mengarah kepada suatu transaksi, dan nantinya jika kedua belah pihak merasa perlu untuk mengikatkan diri dalam bentuk dokumen tertulis yang menyebutkan secara jelas hak dan kewajiban masing-masing pihak, yakni sebuah kontrak dagang ekspor.

Merumuskan Klausul Kontrak

Syarat sahnya perjanjian Kontrak dagang ekspor sebagai suatu perikatan antara pihak-pihak yang terkait harus memenuhi adanya tiga landasan utama suatu perjanjian, yaitu:

- a. Azas konsensus: merupakan kesepakatan yang terjadi antara kedua belah pihak secara sukarela.
- b. Azas obligatoir: mengikat kedua belah pihak untuk menjalankan semua hak dan kewajiban masing-masing.

- c. Azas penalti: bersedia memberikan ganti rugi kepada pihak lain jika tidak dapat memenuhi janji dalam menjalankan kewajibannya.

Kontrak Dagang Ekspor merupakan suatu dokumen tertulis hasil kesepakatan antara eksportir dan importir, maka didalamnya haruslah berisi:

1. Tanda tangan dan nama dari pihak-pihak yang membuat kontrak
2. Subjek kontrak
3. Lingkup kontrak
4. Kewajiban dan tanggung jawab
5. Pembatalan kontrak
6. Cara penyelesaian jika antara kedua belah pihak terjadi sengketa

Sebagai sebuah perjanjian perikatan, kontrak dagang harus dibuat secermat mungkin tanpa harus mengalahkan kepentingan salah satu pihak. Kontrak dagang dibuat adil dengan harapan tidak ada pihak yang dirugikan. Berikut adalah isi kontrak dagang ekspor yang harus dicermati:

1. *Number of the contract*
2. *Company name, address, phone and fax number, email address of the related party*
3. *Conformity content of the contract*
4. *Kind of goods, quantity, quality and specification*
5. *Unit price and total price*
6. Incoterms
7. *Shipment terms and conditions (direct/transshipment)*
8. *Payment systems*
9. *Special or other conditions (if any)*
10. *References of the contract*
11. *Free flag vessel, free vessel age*
12. *Equal treatment (Penalty for late shipment/late payment)*

13. *Completeness of the goods document*
14. *Signatures of the contract*
15. *Dispute settlement*
16. *Attachment (shipment, force majeure, inspection, quality, packing & marketing, insurance & freight, payment, claim)*

Hal-hal penting dalam menyusun kontrak dagang adalah:

1. *Kind of goods, quantity, quality and specification*
2. *Unit price and Total price*
3. *Packaging of goods or merchandise*
4. *Incoterms*
5. *Shipment terms and conditions (direct/transshipment)*
6. *Payment systems*
7. *Special or other conditions (if any)*
8. *References of the contract*
9. *Dispute settlement*
10. *Free flag vessel, free vessel age*
11. *Equal treatment (Penalty for late shipment/late payment)*
12. *Completeness of the goods document*

Terminologi penting terkait klausul kontrak ekspor:

1. Kualitas barang yang dipesan sesuai dengan kesepakatan.
Kualitas yang disepakati sudah mengikat atau mengikuti kualitas dari pembeli dalam bentuk:
 - Penjualan sesuai contoh
 - Penjualan sesuai ketentuan pembeli
 - i. Penjualan sesuai merk dagang
 - ii. Penjualan sesuai kualitas dari pembeli
 - iii. Penjualan sesuai spesifikasi pembeli
 - iv. Penjualan sesuai standar yang berlaku

Kualitas diperiksa pada saat pemberangkatan dan pemeriksaan kembali pada saat tempat tujuan. Pada saat pemeriksaan beberapa sertifikat dikeluarkan untuk menentukan kesesuaian atau keadaan suatu barang. Adapun jenis-jenis sertifikat tersebut yaitu:

- a. *Certificate of Quality*: suatu keterangan yang menyebutkan tentang kualitas barang. Terhadap ekspor barang yang harus memenuhi standar mutu barang-barang ekspor. *Certificate of quality* diterbitkan oleh laboratorium yang ditetapkan Departemen teknis yang membidangi produsen yang ditetapkan.
- b. *Certificate of Analysis*: keterangan yang menyebutkan tentang uraian kimiawi sesuatu barang. Diterbitkan oleh Badan Penelitian/ Laboratorium resmi yang ditetapkan DEPPERINDAG.
- c. *Certificate of Health (sanitary)*: keterangan yang menyebutkan tentang kondisi kesehatan dari suatu barang. Diterbitkan oleh Departemen Kesehatan atau perwakilannya atau instansi yang berwenang lain.
- d. *Certificate of Inspection*: keterangan yang menyebutkan bahwa barang-barang tersebut telah diperiksa.
- e. *Certificate of Origin*: keterangan mengenai asal barang. Diterbitkan oleh Kanwil Depperindag atau perusahaan asosiasi yang ditunjuk oleh Depperindag atau badan lain yang dikuasakan instansi yang berwenang.
- f. *Export Quote Certificate*: keterangan mengenai barang-barang tertentu yang dikenakan pembatasan ekspor.
- g. *Certificate of fumigation/certificate of phitosanitary*. diterbitkan oleh badan yang berwenang yang berisi keterangan mengenai penyemprotan zat anti hama atas barang-barang yang diekspor.

- h. *Assay Certificate*: keterangan mengenai keadaan kadar timah.
2. *Price Terms* Sesuai dengan uraian barang, harga ditentukan dalam satuan dan jumlah keseluruhan, dengan ketentuan harga di pabrik (*exwork*) di kapal (FOB) atau CIF. Beberapa parameter mengenai harga perlu dimengerti karena menyangkut biaya angkutan dan asuransi dimana ketentuan internasional berlaku pada angkutan (*incoterms*) dan Marine Insurance, mana yang *discover* atau yang tidak bisa ditanggung.

Kontrak Dagang Ekspor dibutuhkan karena:

1. Risiko timbulnya sengketa
Terjadinya sengketa dalam pelaksanaan ekspor impor sangat dimungkinkan, oleh karena pihak-pihak yang bertransaksi adalah mereka yang berasal dari negara berbeda, dengan berbagai perbedaan yang ada.
2. Risiko kehilangan dan kerusakan
Pengiriman barang dari suatu negara ke negara lain jelas memiliki risiko tinggi, baik melalui kapal laut maupun kapal udara. Melalui laut, jarak tempuh bisa berhari-hari, bahkan bisa sampai sebulan, di tengah-tengah gelombang samudera yang mempunyai risiko tinggi, termasuk juga dari adanya badai maupun kejahatan para bajak laut.
3. Risiko perbedaan mata uang
Kondisi keuangan suatu negara dengan negara lain juga saling berbeda, sehingga selalu ada fluktuasi nilai mata uang. Hal ini menyebabkan nilai ekspor dalam setiap transaksi akan berisiko mengalami perbedaan pada saat kesepakatan dicapai dengan saat pembayaran dilakukan.

4. Risiko akibat perbedaan bahasa

Perbedaan bahasa yang digunakan oleh para pihak dari negara berbeda, memiliki risiko perbedaan dalam mengerti isi kesepakatan, sehingga menyebabkan perbedaan pula dalam pelaksanaannya.

5. Risiko perubahan sosial politik

Kebijakan dan kondisi keamanan sosial di suatu negara dapat menjadi penghalang kelancaran pelaksanaan suatu transaksi, karena setelah dicapai kesepakatan antara kedua belah pihak, namun kemudian terjadi hal-hal yang menyebabkan transaksi itu gagal atau tidak bisa dilaksanakan. Contohnya: terjadi pemberontakan, kudeta, kerusuhan sosial, perubahan kebijakan ekspor, dan lain-lain.

7.2 Melaksanakan Penyusunan Kontrak Penjualan Produk Ekspor

Standar kontrak dibagi atas dua yaitu umum dan khusus (Mariam Darus):

- **Kontrak standar umum**, ialah kontrak yang isinya telah disiapkan lebih dahulu oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Contohnya antara eksportir dan importir.
- **Kontrak standar khusus**, ialah kontrak standar yang penetapannya dilakukan oleh pemerintah, baik adanya dan berlakunya untuk para pihak ditetapkan sepihak oleh pemerintah.

Pada dasarnya orang bebas untuk membuat bentuk-bentuk kontraknya sendiri, oleh karena kontrak adalah dokumen tertulis yang menuangkan kesepakatan yang telah dibuat, sehingga bagaimana bentuk dan apa isinya, adalah sepenuhnya tergantung kepada mereka sendiri. Jika sudah ada perjanjian tertulis, maka menurut pasal 1338 KUHP, itu akan menjadi hukum yang mengikat kedua belah pihak.

Terdapat beberapa hal di dalam ketentuan peraturan perundang-undangan, yakni pasal 1320 KUHPer, yang mensyaratkan bahwa suatu kontrak akan sah apabila:

1. Ada kesepakatan dari para pihak untuk mengikatkan diri.

Yang dimaksud sepakat bahwa para pihak yang mengadakan perjanjian itu harus bersepakat, setuju untuk seia sekata tentang segala sesuatu yang diperjanjikan. Pengertian kata sepakat ini mengandung arti bebas, yaitu tidak ada gangguan dan tidak ada pengaruh dipihak ketiga.

2. Para pihak yang membuat perjanjian mempunyai kecakapan dalam membuat perjanjian.

Artinya mereka memiliki wewenang untuk membuat perjanjian atau mengadakan hubungan hukum. Pada dasarnya setiap orang yang telah dewasa dan sehat pikirannya adalah cakap menurut hukum.

3. Suatu hal tertentu.

Suatu hal tertentu merupakan pokok perjanjian. Artinya apa yang diperjanjikan harus merupakan suatu obyek yang jelas, tidak terselubung. Syarat ini diperlukan untuk dapat menentukan kewajiban para pihak jika terjadi perselisihan. KUHPerdata Pasal 1338 menyatakan bahwa suatu perjanjian harus memiliki sebagai suatu pokok yang paling sedikit ditetapkan jenisnya.

4. Sebab yang halal.

Artinya perjanjian antara kedua belah pihak adalah sesuatu yang tidak melanggar ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Sesuai KUHPerdata Pasal 1337, sebab yang tidak halal ialah jika dilarang oleh Undang-Undang, bertentangan dengan tata susila atau ketertiban. Sedangkan sesuai KUHPerdata Pasal 1335, perjanjian tanpa sebab yang palsu atau dilarang tidak memiliki kekuatan atau batal demi hukum.

Menurut Pasal 1320 jo 1338 ayat (1) BW/KUH Perdata terdapat asas konsensual, yang berarti bahwa perjanjian/kontrak lahir pada waktu terjadinya sepakat/konsensus dari para pihak pembuat kontrak terhadap obyek yang diperjanjikan.

Perjanjian yang diatur dalam BW pada umumnya bersifat konsensual, artinya sepakat/konsensus adalah pertemuan kehendak atau persesuaian kehendak antara para pihak didalam kontrak. Seorang dinyatakan memberikan kesepakatan/persetujuannya (*toestemming*), apabila memang setuju terhadap apa yang disepakati.

Pengertian sepakat sesuai pendapat Mariam Darus Badruzaman ialah pernyataan kehendak yang disetujui antar pihak-pihak (*overeenstemende wilsverklaring*). Pernyataan pihak yang menawarkan dikenal dengan tawaran (*offerte*), sedangkan pernyataan pihak yang menerima penawaran dikenal dengan akseptasi (*acceptatie*). Sehingga pertemuan kehendak dari pihak yang menawarkan dan kehendak dari pihak yang menerima (akseptasi) yang disebut sepakat, dan hal itu melahirkan perjanjian/kontrak.

Untuk kontrak dagang internasional, terdapat Konvensi PPB mengenai Kontrak jual beli barang secara internasional, (*UN CONVENTION ON CONTRACTS FOR THE INTERNATIONAL SALE OF GOODS*, 1980), yang antara lain mengatur tentang:

- Ps. 1: Konvensi ini akan berlaku terhadap kontrak-kontrak jual beli barang antara para pihak yang tempat usahanya berada di negara yang berlainan.
- a. Bilamana negara-negara tersebut adalah negara peserta; atau
 - b. Bilamana peraturan hukum perdata internasional menyebabkan berlakunya hukum dari suatu negara peserta.

Ps. 2: Konvensi ini tidak berlaku terhadap jual-beli:

- a. Barang yang dibeli untuk keperluan pribadi, keluarga atau rumah tangga, kecuali penjual, setiap saat sebelum atau pada waktu penyelesaian kontrak, tidak mengetahui atau tidak seharusnya mengetahui bahwa barang yang dibeli adalah untuk keperluan tersebut di atas.
- b. Melalui lelang.
- c. Melalui eksekusi atau karena wewenang hukum.
- d. Obligasi, saham, *investment securities*, kertas berharga, atau uang.
- e. Kapal, kendaraan terapung, *hovercraft* atau pesawat terbang.
- f. Listrik.

Menyusun Konsep Kontrak Penjualan Produk Ekspor

Untuk menghindari kesalah pahaman, maka dalam menyusun kontrak dagang, harus memperhatikan:

1. Penulisan yang tegas dan jelas
2. Persyaratan yang lengkap dalam perencanaan suatu kontrak
3. Perhatikan contoh kontrak dan formatnya, walaupun tidak semata-mata mencontoh secara keseluruhan.
4. Buat suatu kontrak sesuai dengan format standar
5. Mengetahui aspek-aspek legalitas

Prinsip dasar dalam penyelesaian sengketa dagang adalah:

- Itikad baik/*Good faith*
- Cara-cara damai/*Peacefull*
- Bebas memilih cara penyelesaian/*Free choice*
- Bebas memilih produk hukum/*Free legal choice*
- Kesepakatan bersama/*Consensus*

- Menempuh hukum nasional lebih dahulu/*Exhaustion of local remedies*

Permasalahan yang dihadapi UKM adalah:

1. Kesiapan para UKM Indonesia dalam menghadapi era globalisasi yang membuka peluang untuk melakukan ekspor ke berbagai negara nampaknya masih belum mengalami peningkatan. Artinya, banyak dari mereka yang belum memahami prinsip-prinsip kontrak dagang ekspor sebagaimana diungkapkan di atas, sehingga dikhawatirkan mereka hanya akan menjadi korban perilaku tidak jujur dari para mitranya di luar negeri. Tidak jarang ditemukan pengusaha yang telah melakukan ekspor berulang kali namun belum mengetahui masalah kontrak dagang, jadi pengusaha tersebut melakukan ekspor tanpa dilengkapi dengan kontrak dagang.
2. Belum adanya kesadaran pada UKM Indonesia yang melakukan transaksi ekspor dengan para pembeli di luar negeri, bahwa mereka sebenarnya memiliki kesamaan derajat dengan para *buyer*, yang artinya mereka memiliki kesamaan hak dan kewajiban dalam merealisasi apa yang menjadi kesepakatan dalam jual beli. Sejauh ini, karena berbagai penyebab, UKM Indonesia merasa selalu berada di pihak yang membutuhkan dan selalu khawatir calon pembeli akan berpaling kepada eksportir lain, sehingga mereka cenderung untuk menerima saja kondisi yang didiktekan oleh *buyer*, meskipun mereka masih belum memiliki kejelasan dan kemungkinan terancam mengalami kerugian.

Didalam prakteknya, ternyata masih sangat banyak pengusaha Indonesia terutama kalangan UKM, yang melakukan transaksi ekspornya tanpa membuat kontrak dagang. Beberapa hal yang menjadi penyebabnya adalah:

1. Belum menyadari pentingnya dagang.
2. Tidak mengetahui bagaimana cara membuat kontrak dagang.
3. Terlalu percaya diri atau terlalu mempercayai bahwa para pembeli adalah orang-orang yang beritikad baik dan tidak mungkin menipu mereka.
4. Menganggap pembuatan kontrak dagang adalah suatu hal yang rumit dan memakan biaya.
5. Ketakutan pembeli akan lari jika penjual menyodorkan suatu kontrak dagang, sehingga mereka terancam kehilangan pembeli.

Berdasarkan hal tersebut, maka kebanyakan transaksi ekspor yang dilakukan oleh UKM hanya berdasarkan kepercayaan saja bahwa semua akan berjalan dengan lancar. Memang faktanya, banyak transaksi lancar-lancar saja meskipun tanpa ada suatu kontrak dagang, tetapi tidak sedikit pula mereka yang mengalami kerugian dan merasa pasrah saja atas apa yang terjadi, tanpa bisa melakukan upaya hukum apa pun untuk menagih hak-haknya, karena ketiadaan bukti tertulis berupa kontrak dagang.

Kontrak dagang utamanya adalah berfungsi sebagai pelindung atas hak dan kewajiban eksportir dan importir, mengingat kedua belah pihak adalah berasal dari negara-negara yang masing-masing memiliki banyak perbedaan. Oleh karena itu, melalui kontrak dagang diharapkan fungsi-fungsi berikut dapat terjamin, yakni:

- Jaminan pencapaian tujuan bersama
- Penampungan pokok kesepahaman bersama
- Untuk melaksanakan hak dan kewajiban yang telah disepakati terhadap jasa dan barang agar tidak terjadi pelanggaran
- Alat kontrol pemenuhan hak dan kewajiban para pihak
- Landasan hukum penyelesaian sengketa
- Alat bukti tatkala diuji di pengadilan

Disamping memberikan kepastian atas produk/jasa yang akan diperjualbelikan, kontrak dagang juga bermanfaat bagi kedua belah pihak, oleh karena:

- Memberikan kepastian atas status *order*
- Memberikan kepastian atas prosedur pembayaran
- Mengurangi risiko kerugian
- Memberikan kepastian tentang risiko yang ditanggung para pihak
- Memberikan kepastian hukum pemenuhan hak dan kewajiban

Mengkomunikasikan Konsep Kontrak Penjualan Produk Ekspor dengan Pembeli

Beberapa kasus yang terjadi dalam transaksi ekspor tanpa ada kontrak:

1. Pembeli mengklaim bahwa barang yang dikirim tidak sesuai dengan kesepakatan, baik dalam hal jumlah, kualitas maupun kuantitas.
2. Pembayaran tidak lancar, tidak sesuai kesepakatan.
3. Pembeli menuntut pengurangan pembayaran (diskon).
4. Tidak jarang terjadi barang yang dikirim diklaim tidak sesuai, tapi sebenarnya sudah beredar di pasaran, atau sudah dijual oleh pembeli (importir).

Sebagai akibatnya, karena tidak adanya Kontrak Dagang Ekspor, maka UKM eksportir tidak bisa melakukan tindakan hukum apa pun untuk menuntut hak-haknya. Padahal seandainya transaksi mereka dilindungi oleh Kontrak Dagang, terdapat banyak jalan untuk menyelesaikan transaksi ekspor mereka yang bemasalah.

Banyaknya permasalahan dalam realisasi ekspor, seringkali berawal dari ketiadaan Kontrak Dagang Ekspor yang menjadi landasan bagi kedua belah pihak untuk menentukan langkah dalam menegakkan hak dan kewajibannya. Begitu juga seandainya kontrak dagang ekspor dibuat tapi kurang lengkap dan tidak mencakup hal-hal yang perlu diatur

secara detail sehingga menyebabkan keraguan bagi kedua belah pihak yang kemudian berujung pada kesalahpahaman.

Sebagaimana telah diungkapkan, ketidakjelasan dalam hal-hal berikut seringkali menyebabkan kesalahpahaman, yakni:

- **Masalah bahasa**

Bahasa yang digunakan seringkali tidak jelas, tidak menggunakan kalimat langsung, atau kalimat sederhana yang jelas maknanya bagi kedua belah pihak. Demikian juga dengan penggunaan istilah, ungkapan dan singkatan yang kurang dipahami dengan baik.

- **Format penanggalan**

Penulisan penanggalan seperti 02/03/02 seringkali bisa berarti tanggal 2 Maret 2002, tapi bisa juga berarti tanggal 3 Pebruari 2002 yang tentu saja bisa berimplikasi serius jika dilihat dalam konteks kapan suatu barang akan dikirim atau kapan pembayaran akan dilakukan.

- **Syarat pembayaran**

Syarat dan prosedur pembayaran seringkali tidak disebutkan secara detail, demikian juga dengan dokumen yang dibutuhkan untuk memperoleh pembayaran. Juga harus disebutkan kapan dan dalam mata uang apa pembayaran tersebut akan dilakukan.

- **Satuan ukuran**

Satuan seperti ton, bisa mengacu kepada metric ton (2204 lbs atau 1000 Kg), short ton (2000 lbs atau 907 Kg), atau long ton (2240 lbs atau 1016 Kg). Dengan demikian harus disebutkan dengan jelas ukuran apa yang digunakan.

- **Penafsiran atau terjemahan**

Akurasi terjemahan juga merupakan suatu hal yang harus dengan jelas dipahami dan disepakati oleh kedua belah pihak. Penggunaan istilah bisa memiliki perbedaan arti, karena adanya

perbedaan budaya antar kedua belah pihak. Istilah yang memiliki arti berbeda tentu saja akan menyulitkan kesamaan paham.

- **Penandatanganan kontrak**

Jika kontrak terdiri dari satu halaman lebih, maka sebaiknya kedua belah pihak membubuhkan parafnya pada semua halaman.

Melegalisasi Kontrak Penjualan Produk Ekspor

Legalisasi merupakan pengesahan tanda tangan otoritas yang berwenang atau pejabat yang tertera pada suatu dokumen. Berikut adalah jenis layanan legalisasi, antara lain:

- Legalisasi Dokumen adalah legalisasi pada beberapa jenis dokumen asli (surat kuasa/persetujuan/pernyataan diploma, ijazah, transkrip nilai, paspor, SIM, KTP, *Marriage Certificate*, *Birth Certificate*, dan lain-lain).
- Legalisasi Dokumen Terjemahan adalah legalisasi dokumen-dokumen yang telah diterjemahkan dari bahasa Indonesia ke bahasa Inggris atau sebaliknya (contoh dokumen seperti: Akta Cerai, Ijazah, Akta Kelahiran, SIM, KTP, Akta Nikah, dan lain-lain).

Untuk Inggris dan Irlandia, legalisasi dokumen dikeluarkan oleh otoritas Pemerintah Inggris dan Irlandia, dokumen terlebih dahulu memperoleh legalisasi dari:

Bagi Inggris: *Legalisation Office* pada *the Foreign and Commonwealth Office* (FCO)

Bagi Irlandia: *Department of Foreign Affairs and Trade of Ireland*.

Untuk prosedur legalisasi dimaksud, anda dapat menghubungi:

Di Inggris:

Legalisation Office Foreign & Commonwealth Office

Hanslope Park, Hanslope, Milton Keynes MK19 7BH

phone: 03700 00 22 44

email : legalisationenquiries@fco.gsi.gov.uk

website : <https://www.gov.uk/government/organisations/foreign-commonwealth-office>

dan/atau

Di Irlandia:

Authentications and Legalisations Department of Foreign Affairs

69-71 St. Stephen's Green Dublin 2

phone: +353 1 408 2174

website: <https://www.dfa.ie>

1. Bagi WNI yang mengajukan permohonan legalisasi berupa dokumen surat kuasa/persetujuan/ Pernyataan, didalam surat tersebut wajib menyertakan alamat domisili di Inggris/ Irlandia.
2. Bagi WNI yang mengajukan permohonan legalisasi dokumen di KBRI London, kepada petugas loket konsuler KBRI London wajib menunjukkan bukti *barcode* lapor diri *online*. Selanjutnya petugas loket akan mengecek alamat lapor diri sesuai dengan alamat yang tertulis di dokumen legalisasi.
3. Penyerahan dokumen legalisasi dapat dilaksanakan dapat datang langsung ke KBRI London atau melalui pos, bagi layanan prioritas bisa melakukan *book appointment online*.
4. Waktu proses legalisasi adalah tiga – enam hari kerja dihitung sejak aplikasi diterima dan dinyatakan lengkap oleh Petugas Konsuler.
5. Biaya legalisasi:
 - Legalisasi Dokumen Bisnis (*Free Sale Certificate*, Surat Penunjukan Distributor, Kontrak Kerja, Dokumen Ekspor Impor, Hasil Rapat Pemegang Keputusan Saham, Surat Kuasa Penjualan Aset Perusahaan): £105,-
 - Legalisasi Dokumen Non Bisnis (surat penunjukan pengacara, surat kuasa jual beli aset perseorangan): £25,-

- Legalisasi Dokumen Indonesia Terjemahan dan Salinan: £0,-
- Pembayaran hanya dalam bentuk *postal order* atau dengan memakai mesin *debit card* saat pengambilan dokumen di KBRI London
- Bagi yang membutuhkan pengembalian dokumen yang telah dilegalisasi melalui jasa pos, harus dilengkapi *Postal Order* atau *Bank Draft* untuk pembayaran dokumen dan amplop SPECIAL DELIVERY dengan alamat kembali yang lengkap (termasuk KODE POS).

PERHATIAN: Jika terjadi kehilangan/kerusakan/keterlambatan ketika proses pengiriman dokumen legalisasi oleh Pos bukanlah merupakan tanggung jawab Bidang Konsuler KBRI London.

- KBRI London tidak memberikan jasa penerjemahan dokumen. Terkait dengan hal tersebut, penerjemahan agar dilakukan oleh salah satu dari yang tersebut di bawah ini:
 - **Authorised and Sworn Translator** > disertai cap resmi/seal sebagai penerjemah.
 - **Certified and Approved Translation Company** > terjemahan hendaknya diketik diatas kop surat resmi perusahaan dan distempel cap resmi perusahaan dan dilengkapi dengan surat pengantar.
- Untuk setiap pengiriman permohonan legalisasi terjemahan supaya dilengkapi dokumen asli dan 1 (satu) set *fotocopy* dokumen. Terjemahan hendaknya diketik jelas dan rapi di kertas ukuran A4 dan memberikan sedikitnya 8 spasi diakhir surat guna stempel/cap Legalisasi KBRI.

BAB VIII

DOKUMEN KEPABEANAN EKSPOR

8.1 Tata Niaga Ekspor

Tentang Ekspor

1. Ekspor merupakan aktivitas mengeluarkan barang dari daerah pabean.
2. Barang ekspor adalah barang yang telah diajukan pemberitahuan ekspor barang dan telah mendapatkan nomor pendaftaran.
3. Eksportir adalah orang perseorangan atau badan hukum yang melakukan ekspor.
4. PEB atau Pemberitahuan Ekspor Barang merupakan pemberitahuan pabean yang dipakai untuk menginformasikan ekspor barang yang berbentuk tulisan diatas formulir atau data elektronik. Peraturan Direktur Jenderal Bea dan Cukai menetapkan bentuk dan isi pemberitahuan pabean ekspor tersebut.
5. NPE atau Nota Pelayanan Ekspor merupakan nota yang diterbitkan oleh Sistem Komputer Pelayanan, Pejabat Pemeriksa Dokumen, atau Pejabat Pemeriksa barang atas PEB yang disampaikan, guna melindungi pemuatannya ke sarana pengangkut dan atau pemasukan barang yang akan diekspor ke Kawasan Pabean.

Salah satu fungsi utama Direktorat Jenderal Bea dan Cukai adalah melindungi masyarakat, industri dalam negeri dan kepentingan nasional, melalui pengawasan dan/atau pencegahan masuknya barang impor maupun keluarnya barang ekspor yang berdampak negatif dan berbahaya yang dilarang dan/atau dibatasi oleh ketentuan/regulasi yang diterbitkan oleh Kementerian/Lembaga terkait.

Berdasarkan Pasal 53 Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2006 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1995 tentang Kepabeanaan menyatakan bahwa ketentuan larangan dan/atau pembatasan yang diterbitkan oleh instansi teknis, wajib disampaikan kepada Menteri Keuangan u.p. Direktur Jenderal Bea dan Cukai. Direktur Jenderal Bea dan Cukai terhadap ketentuan yang disampaikan tersebut, melaksanakan penelitian dan Direktur Jenderal Bea dan Cukai atas nama Menteri Keuangan menetapkan daftar barang yang dibatasi atau dilarang untuk diekspor atau diimpor sesuai Peraturan Menteri Keuangan Nomor 224/PMK.04/2015 tentang Pengawasan terhadap Ekspor atau Impor Barang Larangan dan/atau Pembatasan, yang kemudian dilaksanakan pengawasan oleh DJBC.

Sehubungan dengan ketentuan pembatasan dan/atau larangan yang dilaksanakan pengawasannya oleh DJBC, seperti pada Portal INSW sebagai referensi tunggal ketentuan lartas ekspor atau impor pada *website* www.insw.go.id.

Tata Laksana Ekspor

1. Eksportir/kuasanya menyerahkan dokumen PEB atau Pemberitahuan Ekspor Barang ke Kantor Bea Cukai tempat pemuatan.
2. Dilakukan penelitian dokumen setelah dokumen pemberitahuan disampaikan terhadap Barang Ekspor yang diberitahukan dalam PEB.
3. Diterbitkan respon Nota Pemberitahuan Penolakan (NPP), apabila penelitian dokumen PEB menunjukkan pengisian atas data PEB tidak sesuai dan atau tidak lengkap.
4. Diterbitkan Nota Pemberitahuan Persyaratan Dokumen (NPPD), apabila penelitian larangan dan/atau pembatasan menunjukkan dokumen persyaratan belum dipenuhi.

5. PEB diberi nomor dan tanggal pendaftaran dan diterbitkan respon NPE, jika pada hasil penelitian Sistem Komputer Pelayanan menunjukkan sesuai dan lengkap, dan tidak termasuk barang yang dibatasi atau dilarang ekspornya, atau termasuk barang yang dibatasi atau dilarang ekspornya namun persyaratan ekspornya telah dipenuhi, serta barang tidak dilakukan pemeriksaan fisik.
6. Diterbitkan Pemberitahuan Pemeriksaan Barang (PPB), jika pada waktu dilakukan pemeriksaan fisik barang ekspor menunjukkan:
 - a. Hasil sesuai, maka diterbitkan Nota Pelayanan Ekspor (NPE).
 - b. Hasil tidak sesuai, diteruskan kepada Unit Pengawasan untuk penelitian lebih lanjut.

Prosedur Kepabeanan Ekspor

1. Eksportir memiliki kewajiban untuk menginformasikan barang yang akan diekspor ke Kantor Bea dan Cukai tempat pemuatan dengan memakai PEB (BC 3.0).
2. Eksportir membuat PEB sesuai dokumen pelengkap pabean, berupa:
 - a. *Invoice*

Didalam *commercial invoice* terdapat nama importir, eksportir, penerima barang, deskripsi barang.
 - b. *Packing List*

Packing list adalah daftar barang yang akan diekspor, rincian barang yang telah dikemas, memastikan tidak ada barang rusak yang dikirimkan.
 - c. *Certificate of Origin* (COO) atau Surat Keterangan Asal (SKA)

Dokumen ini tidak bersifat wajib bagi para eksportir, namun dokumen membuktikan dimana barang tersebut diproduksi. SKA memberikan kemudahan bagi para importir dan eksportir,

misalnya kemudahan dalam keringanan bea masuk atau pembebasan bea masuk impor.

d. *Shipping Bill* dan *Bill of Entry*

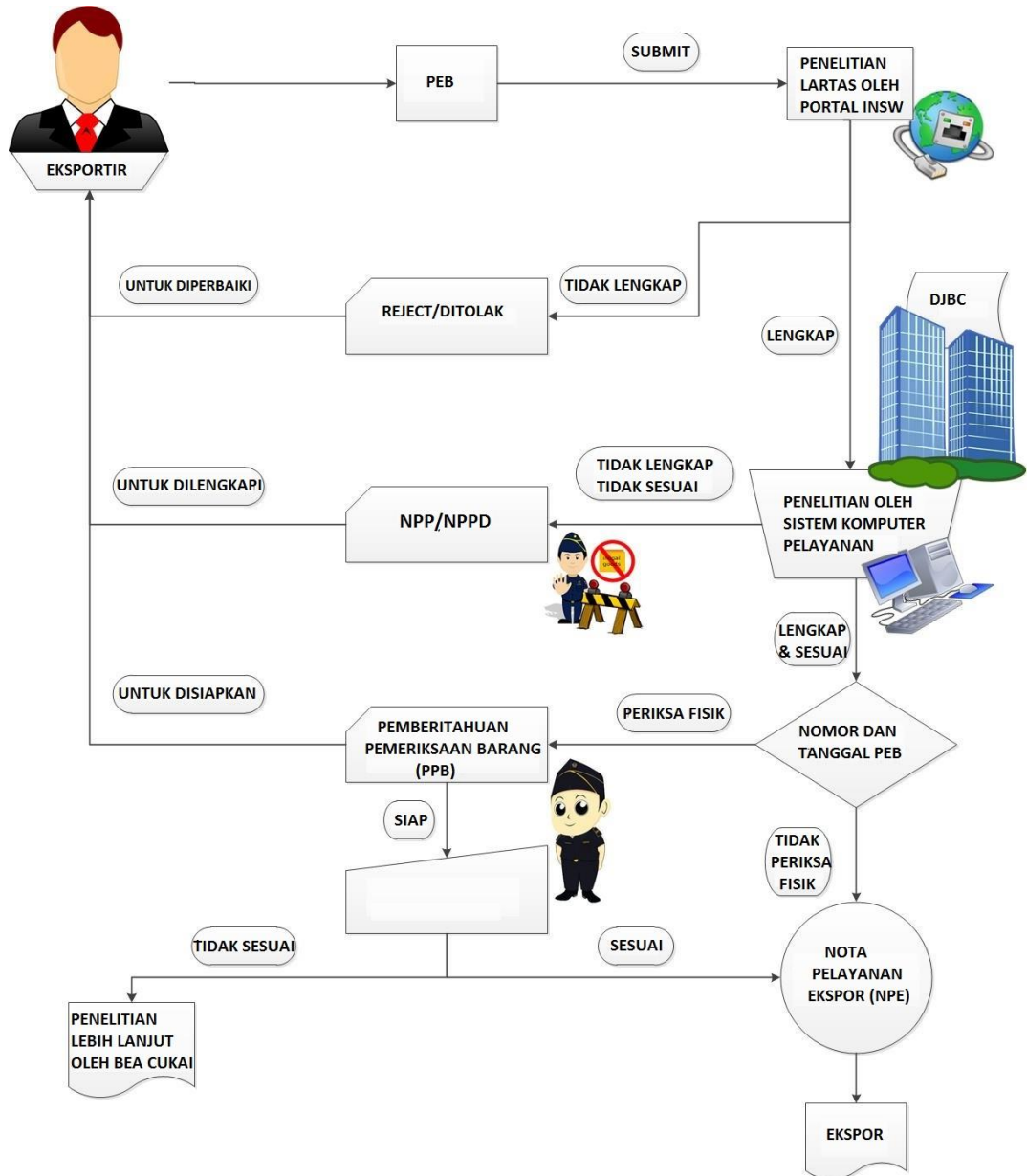
Dokumen yang dipakai bila memakai jalur laut. Pada dokumen ini terdapat jumlah kuantitas barang, deskripsi barang, nilai dari barang, serta nama kapal yang mengirimkan barang tersebut. *Bill of Entry* adalah dokumen yang akan diserahkan kepada Bea Cukai untuk diverifikasi oleh Bank.

e. Dokumen lain yang diwajibkan.

3. Eksportir memiliki kewajiban memenuhi ketentuan batasan dan/atau larangan pembatasan ekspor yang ditetapkan oleh instansi teknis.
4. Eksportir melakukan penghitungan besaran Bea Keluar secara *Self Assessment*.
5. PEB diberikan minimal tujuh hari sebelum tanggal perkiraan ekspor ke Kantor Bea Cukai pemuatan, dan maksimal sebelum barang ekspor masuk ke Kawasan Pabean tempat pemuatan.
6. Eksportir atau PPJK atas Ekspor barang curah dapat menyerahkan PEB sebelum keberangkatan sarana pengangkut.
7. Eksportir melakukan pengurusan PEB/dikuasakan kepada Pengusaha Pengurusan Jasa Kepabeanan (PPJK).
8. Eksportir/PPJK wajib menyerahkan PEB dengan memakai PDE Kepabeanan pada Kantor Pabean yang telah menerapkan sistem PDE (Pertukaran Data Elektronik) kepabeanan.

Flow Chart Kegiatan Kepabeanaan di Bidang Ekspor

Gambar 8.1 Flow Chart Kepabeanaan Ekspor



sumber: <http://www.beacukai.go.id/arsip/pab/ekspor.html>

Ketentuan tentang produk ekspor bebas, diatur, diawasi dan dilarang

Menurut peraturan Menteri Perdagangan RI No: 01/M-DAG/PER/1/2007 tanggal 22 Januari 2007 disebutkan bahwa barang-barang ekspor diklasifikasikan menjadi empat kelompok, yaitu:

a. Jenis barang yang diatur tata niaga ekspornya

Pada jenis barang ini hanya eksportir yang terdaftar saja yang dapat mengekspor barangnya, dimana eksportir terdaftar adalah perusahaan atau perorangan yang telah memperoleh persetujuan dari Kementerian Perdagangan untuk mengekspor barang tertentu sesuai ketentuan yang berlaku. Suatu barang yang diatur ekspornya karena pertimbangan:

1. Meningkatkan devisa dan daya saing
2. Terikat dengan perjanjian internasional
3. Kelestarian alam
4. Tersedianya bahan baku

Barang diatur ekspornya ini meliputi:

- Produk Perkebunan: kopi digongsang/tidak digongsang, olahan
- Produk Kehutanan: produk dari rotan ataupun kayu
- Produk Industri: *aseton, asetat anhidrida, asam fenilasetat, efedrin, butanol*
- Produk Pertambangan: intan, timah, emas

b. Jenis barang yang diawasi ekspornya

Barang yang ekspornya hanya boleh dilakukan oleh eksportir yang telah memperoleh ijin dari Kementerian Perdagangan atau Pejabat yang ditunjuk. Barang yang diawasi ekspor adalah barang yang ekspornya boleh dilakukan oleh eksportir yang telah mendapat ijin dari Menteri Perdagangan atau pejabat yang ditunjuk (eksportir khusus). Suatu barang diawasi ekspor sebab pertimbangan supaya

ada keseimbangan pasokan didalam negeri dan tidak mengganggu konsumsi dalam negeri. Barang diawasi ekspornya ini meliputi:

- Produk Peternakan: bibit sapi, sapi bukan bibit, kerbau, kulit Buaya, *wet blue*, binatang liar dan tumbuhan (*appendix II cites*)
- Produk Perikanan: ikan napoleon, wirasse, benih ikan bandeng
- Produk Perkebunan: inti kelapa sawit (*palm kernel*)
- Produk Pertambangan: gas, kokas/minyak petroleum, bijih logam mulia, perak, emas
- Produk industri: tembaga, kuningan, sisa dan *scrap* dari besi, baja stainless, aluminium, pupuk urea

c. Jenis barang yang dilarang ekspornya

Suatu barang yang dilarang ekspornya karena pertimbangan:

1. Menjaga kelestarian alam
2. Tidak memenuhi standar mutu
3. Menjamin kebutuhan bahan baku bagi industri kecil atau pengrajin
4. Peningkatan nilai tambah
5. Merupakan barang bernilai sejarah dan budaya

Barang dilarang ekspornya ini meliputi:

- Produk Pertanian: anak ikan dan ikan arwana, benih ikan sidat, ikan hias botia, udang galah ukuran 8 cm dan udang *panaedae*
- Produk Kehutanan: kayu bulat, bahan baku serpih, bantalan kereta api atau trem dari kayu dan kayu gergajian
- Produk Kelautan: pasir laut
- Produk Pertambangan: bijih timah dan konsentratnya, abu dan residu yang mengandung arsenik, logam atau senyawanya dan lainnya, terutama yang mengandung timah dan batu mulia

d. Jenis barang yang bebas

Semua jenis barang yang tidak tercantum dalam peraturan di atas dikategorikan sebagai barang bebas ekspor, namun tentunya eksportir harus memenuhi persyaratan sebagai eksportir terlebih dahulu

8.2 Menyiapkan Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB)

PEB merupakan dokumen wajib yang dibuat oleh eksportir saat melaksanakan kegiatan ekspor selanjutnya diserahkan kepada Perusahaan Pengurusan Jasa Kepabeanan (PPJK). Hal ini sesuai Peraturan Menteri Keuangan No. 155/PMK.04/2008 tentang Pemberitahuan Pabean. Pada dokumen tersebut terdapat data peti kemas, data transaksi ekspor, perlengkapan pabean, pengangkutan dan lain-lain dengan rinci.

Pengecualian Kewajiban Memberitahukan PEB

1. Barang pribadi penumpang
2. Barang awak sarana pengangkut
3. Barang pelintas batas
4. Barang yang dikirim dengan pos, beratnya tidak boleh lebih dari seratus (100) kilogram

Sanksi:

1. Mengekspor tanpa menyampaikan pemberitahuan pabean dipidana dengan pidana penjara paling singkat satu (1) tahun dan paling lama sepuluh (10) tahun dan pidana denda paling sedikit lima puluh juta rupiah (Rp 50.000.000) dan paling banyak lima miliar rupiah (Rp 5.000.000.000).
2. Menyampaikan pemberitahuan pabean dan/atau dokumen pelengkap pabean yang dipalsukan atau palsu dipidana dengan pidana penjara paling sedikit dua (2) tahun, paling lama delapan (8)

tahun dan/atau pidana denda minimal seratus juta rupiah, dan maksimal lima miliar rupiah.

3. Melaporkan pembatalan ekspornya dengan melewati jangka waktu, tidak melaporkan pembatalan ekspor kepada Pejabat Bea dan Cukai di Kantor Bea Cukai Pemuatan, dikenai denda administrasi sebesar lima juta rupiah (Rp. 5.000.000,00).
4. Kekeliruan dalam pemberitahuan jenis dan/atau jumlah barang dikenai sanksi administrasi berupa denda minimal seratus persen (100%) dari pungutan negara di bidang ekspor yang kurang dibayar, dan maksimal seribu persen (1000%) dari pungutan negara di bidang ekspor yang kurang dibayar.

Jenis PEB yang dapat digunakan

PEB biasa ditulis dengan angka 1 dikotak yang tersedia, untuk PEB berkala ditulis angka 2 pada kotak yang tersedia. PEB biasa adalah PEB yang disampaikan pada setiap kali ekspor, sedangkan PEB berkala adalah PEB yang disampaikan transaksi ekspornya pada periode waktu tertentu.

Contoh : **PEB biasa**

1

 1. Biasa ; 2. Berkala

PEB berkala

2

 1. Biasa ; 2. Berkala

Mengajukan permohonan Nomor Identitas Kepabeanan (NIK)

Nomor Identitas Kepabeanan atau NIK adalah nomor identitas sifatnya pribadi yang oleh Direktorat Jendral Bea Cukai diberikan kepada

Pengguna Jasa yang telah registrasi untuk berhubungan dengan sistem kepabeanan yang memakai teknologi informasi atau secara manual. Pengguna jasa antara lain eksportir, importir, Pengusaha Pengurusan Jasa Kepabeanan (PPJK), dan pengangkut.

Dasar hukum dari registrasi kepabeanan NIK ini adalah Peraturan Menteri Keuangan Nomor 59/PMK.04/2014 tentang Registrasi Kepabeanan, yang selanjutnya diatur petunjuk pelaksanaannya melalui Peraturan Direktur Jenderal Bea dan Cukai Nomor PER-10/BC/2014 tentang Petunjuk Pelaksanaan Registrasi Kepabeanan. Sebelum melakukan registrasi kepabeanan, pengguna jasa harus melakukan pendaftaran *User ID* melalui *website* <http://www.beacukai.go.id> untuk memperoleh *username* dan *password* yang akan dikirimkan melalui *email* yang diinput ketika melakukan pendaftaran *User ID*. *Username* dan *password* ini kemudian dapat digunakan untuk melakukan *Sign-In* pada *website* <http://www.beacukai.go.id>, menu *Aplikasi dan Layanan*, sub menu *Registrasi Kepabeanan*.

Registrasi Kepabeanan dilakukan dengan mengisi formulir isian pada Sistem Aplikasi Registrasi Kepabeanan, pada *website* <http://www.beacukai.go.id> yang telah dapat diakses menggunakan *username* dan *password* yang telah diperoleh, dan kemudian mengirimkan kembali formulir beserta lampiran yang dipersyaratkan juga melalui sistem aplikasi tersebut.

Untuk masing-masing pengguna jasa, lampiran yang dipersyaratkan dalam proses pengajuan registrasi kepabeanan berbeda tergantung dari jenis kegiatan kepabeanannya. Detail lampiran yang dipersyaratkan untuk masing-masing pengguna jasa adalah sebagai berikut:

Lampiran Pengajuan NIK

Lampiran untuk registrasi kepabeanan sebagai importir:

1. Kartu NPWP Perusahaan
2. Surat Keterangan Domisili Perusahaan
3. Angka Pengenal Importir (API)
4. KTP/Paspor/KITAS/KITAP/Identitas penanggung jawab perusahaan
5. Surat Pernyataan kebenaran pengisian data dan dokumen yang dilampirkan
6. Surat Kuasa bermaterai sesuai peraturan perundangan-undangan, apabila permohonan registrasi dilakukan oleh selain Direksi atau penanggung jawab perusahaan

Lampiran untuk registrasi kepabeanan sebagai eksportir:

1. Kartu NPWP Perusahaan
2. Surat Keterangan Domisili Perusahaan
3. Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) atau Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
4. KTP/Paspor/KITAS/KITAP/Identitas penanggung jawab perusahaan
5. Surat Pernyataan kebenaran pengisian data dan dokumen yang dilampirkan
6. Surat Kuasa bermaterai sesuai peraturan perundangan-undangan, apabila permohonan registrasi dilakukan oleh selain Direksi atau penanggung jawab perusahaan

Lampiran untuk registrasi kepabeanan sebagai PPJK:

1. Kartu NPWP Perusahaan
2. Surat Keterangan Domisili Perusahaan
3. Surat Keputusan NPPPJK (baru atau perubahan terakhir)
4. Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP)/SIUJPT
5. KTP/Paspor/KITAS/KITAP/Identitas penanggung jawab perusahaan
6. Surat Pernyataan kebenaran pengisian data dan dokumen yang dilampirkan

7. Surat Kuasa bermaterai sesuai peraturan perundangan-undangan, apabila permohonan registrasi dilakukan oleh selain Direksi atau penanggung jawab perusahaan

Lampiran untuk registrasi kepabeanan sebagai pengangkut:

1. Kartu NPWP Perusahaan
2. Surat Keterangan Domisili Perusahaan
3. Surat ijin terkait kegiatan usaha pengangkutan darat atau laut atau udara
4. KTP/Paspor/KITAS/KITAP/Identitas penanggung jawab perusahaan
5. Surat Pernyataan kebenaran pengisian dan dokumen yang dilampirkan
6. Surat Kuasa bermaterai sesuai peraturan perundangan-undangan, apabila permohonan registrasi dilakukan oleh selain Direksi atau penanggung jawab perusahaan

Dokumen Tambahan

Selanjutnya terhadap formulir isian dan lampiran yang telah dikirimkan tersebut akan dilakukan penilaian administrasi dan penilaian data registrasi oleh Pejabat Bea dan Cukai. Guna mengoptimalkan proses penilaian registrasi kepabeanan, sangat direkomendasikan untuk melengkapi pengajuan NIK dengan dokumen tambahan sebagai berikut:

Dokumen Tambahan:

1. Surat Pengukuhan Pengusaha Kena Pajak (SPPKP)
2. Dokumen penguasaan tempat usaha
3. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) pabrik/gudang/perkebunan/peternakan/cabang
4. Dokumen penguasaan pabrik/gudang/perkebunan/peternakan/cabang
5. Akta pendirian perusahaan dan pengesahaannya

6. Akta perubahan terakhir perusahaan dan pengesahannya
7. Sertifikat *International Organization for Standarization* (ISO)
8. KTP/KITAS/KITAP/Paspor Komisaris Perusahaan
9. Bukti keanggotaan asosiasi
10. Bagan struktur organisasi
11. Laporan keuangan
12. Rekening koran atas nama perusahaan
13. Laporan Audit Kantor Akuntan Publik, Pajak dan Bea Cukai
14. Ijazah kualifikasi kepala bagian/manajer pembukuan (akuntansi)
15. KTP/KITAS/KITAP/Paspor Penanda tangan PIB
16. Surat yang memuat *EDI number*
17. Sertifikat ahli kepabeanan
18. Surat keputusan fasilitas yang dimiliki
19. Surat izin komoditi utama ekspor
20. Bukti kepemilikan sarana pengangkut

Setelah dilakukan penelitian terhadap formulir isian registrasi dan lampirannya, Direktur atau Kepala Kantor akan menyampaikan:

1. Tanda Terima Permohonan Registrasi Kepabeanan (TTP-RK), bila dokumen dilampirkan secara lengkap dan jelas.
2. Tanda Pengembalian Permohonan-Registrasi Kepabeanan (TPP-RK), bila dokumen tidak dilampirkan secara lengkap dan jelas.

Dalam hal pengguna jasa menerima TTP-RK, Direktur atau kepala kantor akan memberikan persetujuan atau penolakan dalam jangka waktu 5 (lima) hari kerja, sebaliknya jika pengguna jasa menerima TPP-RK, maka harus mengulangi proses untuk mendapatkan TTP-RK. Bilamana registrasi kepabeanan disetujui, maka Direktur atau Kepala Kantor akan menerbitkan NIK. TTP-RK, TPP-RK, Persetujuan, Penolakan atau Surat Pemberitahuan NIK dapat diterima oleh pengguna jasa melalui Sistem Aplikasi Registrasi Kepabeanan atau jasa pengiriman surat.

Melakukan pengisian dokumen PEB dengan manual dan/ atau EDI

1. Format PEB memiliki ruang dan kolom seperti contoh dengan ukuran A4 (210 x 97mm).
2. PEB terdiri atas 4 (empat) lembar:
 - a. Lembar pertama
 - b. Lembar lanjutan, dipakai dalam hal PEB berisi lebih dari satu pos tarif dan/atau lebih dari satu uraian jenis barang.
 - c. Lembar lampiran peti kemas, dipakai dalam hal PEB berisi lebih dari empat peti kemas.
 - d. Lembar lampiran PEB berkala dipakai dalam hal PEB berkala yang berisi lebih dari satu pengapalan atau lebih dari satu *invoice*.
3. Pada bagian kanan atas lembar PEB, lembar lanjutan, lembar lampiran kontainer, harus diisi halaman ke berapa dari jumlah keseluruhan halaman. Contoh:

Apabila PEB hanya satu halaman, ditulis:
Halaman 1 dari 1.

Apabila PEB terdiri dari 3 halaman, ditulis:
Halaman 1 dari 3.
Halaman 2 dari 3.
Halaman 3 dari 3.
4. Tata cara pengisian:
 - a. Data uang dengan angka adalah sebagai berikut:
 - 1). Untuk memisahkan angka ribuan diberi tanda titik
 - 2). Untuk memisahkan angka pecahan desimal diberi tanda koma dan 2 (dua) digit di belakang koma.
Contoh: USD 25000,00 untuk penulisan dua puluh lima ribu dolar US.
 - b. Alamat eksportir, penerima/pembeli dan PPJK harus diisi

lengkap dan tidak diperkenankan hanya mencantumkan nomor kotak pos (PO. BOX)

5. Eksportir/PPJK mengisi kolom-kolom PEB antara lain sebagai berikut:

a. Kantor Pelayanan Bea Dan Cukai

Ditulis nama kantor pelayanan Bea dan Cukai tempat diajukannya PEB dengan kode 6 digit pada kotak yang tersedia (berdasarkan tabel kode kantor DJBC).

Contoh : Tanjung Perak Nomor pengajuan:

Ditulis dengan tiga kelompok data yang berupa:

070100

- 1). Kode pemakaian yang diberikan oleh bea dan cukai
- 2). Tanggal pengajuan/pembuatan PEB.
- 3). Nomor pengajuan/pembuatan PEB dari yang bersangkutan. Contoh: kode penggunaan 990111; nomor pengajuan =1125; Tanggal pengajuan 1 juni 2001, jadi ditulis:

Nomor pengajuan 990111 1125 01/06/2001

Jenis Barang Ekspor

Ditulis pada kotak yang disediakan angka:

1. Untuk barang ekspor umum, atau
2. Untuk barang ekspor terkena PE, atau
3. Untuk barang ekspor yang mendapat kemudahan ekspor, atau
4. Untuk barang ekspor tertentu, atau
5. Untuk barang ekspor dari TPB.

Jika barang ekspornya tertentu, disamping menulis angka 4 pada kotak yang disediakan, juga harus mengisi kotak rincian barang ekspor

tertentu dengan huruf serta dituliskan uraian barang ekspor tertentu tersebut dibelakang kotak tersebut:

1. Untuk barang kiriman, atau
2. Untuk barang pindahan, atau
3. Untuk barang diplomatik, atau
4. Untuk barang keperluan misi keagamaan, kemanusiaan, olah raga, kesenian, kebudayaan dan pendidikan, atau
5. Untuk barang diekspor kembali, atau
6. Untuk barang diimpor kembali, atau
7. Untuk barang cinder mata, atau
8. Untuk barang contoh, atau
9. Untuk barang keperluan penelitian, atau
10. Untuk barang badan intertnasional beserta pejabatnya.

Apabila barang ekspornya termasuk jenis TPB, selain menulis angka 5 pada kotak yang ditentukan, maka mengisi kotak untuk kode pintu/*gate* yang dilalui pada saat barang dimasukan/dikeluarkan dari TPB.
Contoh:

1. Untuk jenis barang ekspor umum Jenis barang ekspor

1

2. Untuk jenis barang ekspor terkena PE Jenis barang ekspor

2

3. Untuk jenis barang ekspor yang terkena kemudahan ekspor
Jenis barang ekspor

3

4. Untuk jenis barang ekspor tertentu yaitu barang pindahan
Jenis barang ekspor

4 → b

barang pindahan

5. Untuk jenis barang ekspor dari TPB

Jenis barang ekspor

5

040121

Nusantara

Cara Perdagangan

Ditulis pada kotak yang disediakan angka:

1. Untuk cara perdagangan biasa
2. Untuk cara perdagangan imbal dagang

Contoh:

Untuk cara perdagangan biasa

1

1. Biasa; 2. Imbal dagang
 untuk cara perdagangan Imbal dagang

2

2. Biasa; 2. Imbal dagang

Cara Pembayaran

Ditulis pada kotak yang telah ditentukan kode cara pembayaran, dan uraiannya di belakang kotak tersebut:

1. Untuk pembayaran dilakukan di muka, atau
2. Untuk pembayaran melalui *sight letter of credit*, atau
3. Untuk pembayaran dengan wesel inkaso, atau
4. Untuk pembayaran dengan perhitungan kemudian, atau
5. Untuk pembayaran dengan konsinyasi, atau
6. Untuk pembayaran melalui *usance letter of credit*, atau
7. Untuk pembayaran dengan lainnya

Contoh :

Untuk pembayaran dengan konsinyasi

5

Konsinyasi

Untuk pembayaran dengan *usance letter of credit*

6

Usance letter of credit

8.3 Mengurus Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB) dan dokumen terkait

PEB atau Pemberitahuan Ekspor Barang adalah dokumen yang wajib dilengkapi eksportir jika melakukan ekspor barang, hal ini sesuai Peraturan Menteri Keuangan No. 155/PMK.04/2008 tentang Pemberitahuan Pabean. Hal ini berarti bahwa setiap barang keluar atau masuk dari atau ke dalam wilayah Republik Indonesia wajib diberitahukan kepada negara yang diwakili oleh Bea Cukai (*Customs*).

Dokumen ini pada dasarnya wajib dibuat eksportir namun praktiknya tidak sedikit eksportir yang menyerahkan pembuatan PEB pada PPJK atau Perusahaan Pengurusan Jasa Kepabeanan. Sebelum era internet menguat, pada zaman dahulu PEB dibuat dengan cara manual memakai mesin ketik, sehingga sangat tidak efektif dan efisien, sebab memakan waktu relatif lama dan memberi peluang bagi pungutan liar.

Sekarang pembuatan dokumen PEB telah memakai sistem EDI (*Electronic Data Interchange*), yang memakai jaringan komputer (internet) sehingga bisa memotong waktu, biaya, dan birokrasi. Rencana pengembangan ke depannya sistem PEB akan memakai *tools* yang *based on web*, jadi lebih praktis dan murah sebab dapat diakses dari mana saja tanpa memakai *software* khusus yang cukup mahal. Disamping itu untuk pendukung sistem kepabeanan juga telah ada portal Indonesia *National Single Window* (INSW) yang merupakan sistem informasi ekspor impor terpadu.

8.3.1 Melaksanakan pembayaran bea keluar (formalitas ekspor)

PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 55 TAHUN 2008
TENTANG
PENGENAAN BEA KELUAR TERHADAP BARANG EKSPOR
DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,
PERATURAN PEMERINTAH TENTANG PENGENAAN BEA KELUAR
TERHADAP BARANG EKSPOR

BAB III
TATA CARA PEMBAYARAN BEA KELUAR
Pasal 8

- (1) Bea Keluar harus dibayar paling lambat pada saat Pemberitahuan Pabean Ekspor disampaikan ke Kantor Pabean.
- (2) Kewajiban membayar Bea Keluar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan secara tunai.
- (3) Menteri dapat menetapkan barang ekspor dengan karakteristik tertentu yang pembayaran Bea Keluarnya dilakukan setelah Pemberitahuan Pabean Ekspor disampaikan ke Kantor Pabean.

Pasal 9

- (1) Pejabat Bea dan Cukai dapat menetapkan perhitungan Bea Keluar dalam waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari Sejas tanggal Pemberitahuan Pabean Ekspor disampaikan.
- (2) Dalam hal penetapan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mengakibatkan kekurangan pembayaran Bea Keluar, Eksportir wajib melunasi Bea Keluar yang kurang dibayar sesuai dengan penetapan Pejabat Bea dan Cukai.
- (3) Dalam hal kekurangan pembayaran Bea Keluar disebabkan oleh kesalahan jumlah dan/atau jenis barang, Eksportir dikenakan sanksi administrasi berupa denda paling sedikit 100% (seratus persen) dari Bea Keluar yang kurang dibayar dan paling banyak 1000% (seribu persen) dari Bea Keluar yang kurang dibayar sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
- (4) Terhadap kesalahan jumlah dan/atau jenis yang mengakibatkan perbedaan perhitungan Bea Keluar atas barang ekspor sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (3), Eksportir tidak dikenakan sanksi administrasi berupa denda.
- (5) Dalam hal penetapan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mengakibatkan kelebihan pembayaran Bea Keluar, pengembalian Bea Keluar dibayar sebesar kelebihannya.

Pasal 10

- (1) Kekurangan pembayaran Bea Keluar dan/atau sanksi administrasi berupa denda yang terutang, wajib dibayar dalam waktu paling lama 60 (enam puluh) hari Sejas tanggal penetapan.
- (2) Dalam hal batas waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilewati, dikenai bunga sebesar 2% (dua persen) setiap bulan untuk paling lama 24 (dua puluh empat) bulan dan bagian bulan dihitung 1 (satu) bulan.
- (3) Pembayaran kekurangan Bea Keluar dan/atau sanksi administrasi berupa denda sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan secara tunai.
- (4) Atas permintaan orang yang berutang, Direktur Jenderal dengan persyaratan tertentu dapat memberikan persetujuan penundaan atau pengangsuran atas kekurangan pembayaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dalam waktu paling lama 12 (dua belas) bulan Sejas tanggal penetapan kekurangan pembayaran Bea Keluar dan/atau sanksi administrasi berupa denda.
- (5) Penundaan atau pengangsuran sebagaimana dimaksud pada ayat (4) dikenai bunga sebesar 2% (dua persen) setiap bulan dan bagian bulan dihitung 1 (satu) bulan.

Pasal 11

- (1) Bea Keluar, kekurangan pembayaran Bea Keluar, sanksi administrasi berupa denda, dan bunga dibayar di kas negara atau tempat pembayaran lain yang ditunjuk oleh Menteri.
- (2) Jumlah Bea Keluar, kekurangan pembayaran jumlah Bea Keluar, sanksi administrasi berupa denda, dan bunga dibulatkan dalam ribuan rupiah.

Pasal 12

- (1) Direktur Jenderal dapat menetapkan kembali perhitungan Bea Keluar dalam waktu paling lama 2 (dua) tahun terhitung sejak tanggal Pemberitahuan Pabean Ekspor disampaikan ke Kantor Pabean.
- (2) Dalam hal penetapan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berbeda dengan penetapan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9, Direktur Jenderal memberitahukan secara tertulis kepada Eksportir untuk:
 - a. melunasi Bea Keluar yang kurang dibayar; atau
 - b. mendapatkan pengembalian Bea Keluar yang lebih dibayar.
- (3) Bea Keluar yang kurang dibayar atau pengembalian Bea Keluar yang lebih dibayar sebagaimana dimaksud pada ayat (2), dibayar sesuai dengan penetapan kembali.

Pasal 13

- (1) Eksportir dapat mengajukan permohonan perubahan atas kesalahan

- data Pemberitahuan Pabean Ekspor yang telah diserahkan sepanjang kesalahan tersebut terjadi karena kekhilafan yang nyata.
- (2) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditolak apabila:
 - a. kesalahan tersebut merupakan temuan Pejabat Bea dan Cukai; atau
 - b. telah mendapatkan penetapan Pejabat Bea dan Cukai.

Pasal 14

Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pembayaran Bea Keluar, penetapan penghitungan Bea Keluar oleh Pejabat Bea dan Cukai, penetapan kembali penghitungan Bea Keluar oleh Direktur Jenderal, dan permohonan perubahan atas kesalahan Pemberitahuan Pabean Ekspor diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Menteri.

BAB IV KEBERATAN DAN PENGEMBALIAN BEA KELUAR Pasal 15

- (1) Eksportir yang berkeberatan terhadap penetapan Pejabat Bea dan Cukai mengenai perhitungan Bea Keluar dan sanksi administrasi berupa denda, dapat mengajukan keberatan secara tertulis kepada Direktur Jenderal dalam waktu paling lama 60 (enam puluh) hari sejak tanggal penetapan dengan menyerahkan jaminan sebesar tagihan yang harus dibayar.
- (2) Direktur Jenderal memutuskan keberatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dalam waktu paling lama 60 (enam puluh) hari sejak diterimanya pengajuan keberatan secara lengkap.
- (3) Apabila keberatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditolak oleh Direktur Jenderal, jaminan dicairkan untuk membayar Bea Keluar dan/atau sanksi administrasi berupa denda yang ditetapkan.
- (4) Apabila keberatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikabulkan oleh Direktur Jenderal, jaminan dikembalikan kepada Eksportir.
- (5) Apabila dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (2) Direktur Jenderal tidak memberikan keputusan, keberatan yang bersangkutan dianggap dikabulkan dan jaminan dikembalikan.
- (6) Apabila jaminan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berupa uang tunai dan pengembalian jaminan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) dan ayat (5) dilakukan setelah jangka waktu 30 (tiga puluh) hari sejak keberatan dikabulkan, pemerintah memberikan bunga sebesar 2% (dua persen) setiap bulannya paling lama 24 (dua puluh empat) bulan.

Pasal 16

Eksportir yang berkeberatan terhadap penetapan Direktur Jenderal atas

sanksi administrasi berupa denda sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (3), perhitungan Bea Keluar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 ayat (1), atau keputusan Direktur Jenderal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 ayat (2), dapat mengajukan permohonan banding kepada Pengadilan Pajak dalam jangka waktu 60 (enam puluh) hari sejak tanggal penetapan atau tanggal keputusan, setelah pungutan yang terutang dilunasi.

Pasal 17

Pengembalian Bea Keluar dapat diberikan terhadap seluruh atau sebagian Bea Keluar yang telah dibayar atas :

barang yang dibatalkan ekspornya atau tidak jadi diekspor;

- a. kesalahan tata usaha;
- b. kelebihan pembayaran Bea Keluar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (5);
- c. kelebihan pembayaran Bea Keluar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 ayat (3);
- d. kelebihan pembayaran Bea Keluar akibat keputusan keberatan; atau
- e. kelebihan pembayaran Bea Keluar akibat putusan Pengadilan Pajak.

Pasal 18

Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pengajuan keberatan, penetapan keberatan, dan tata cara pengembalian Bea Keluar diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Menteri.

8.3.2 Mengajukan PEB ke kantor Bea dan Cukai di pelabuhan muat disertai dokumen terkait

Berikut adalah cara pendaftaran PEB antara lain:

1. Eksportir/kuasanya mendaftarkan PEB ke Kantor Pemuatan.
2. Kantor Pemuatan yang telah memakai sistem PDE, pendaftaran PEB wajib dilaksanakan dengan sistem PDE.
3. Kantor Pemuatan yang tidak memakai sistem PDE, pendaftaran PEB dilaksanakan dengan formulir atau disket.
4. Kepala Kantor Wilayah menetapkan Kantor Pemuatan yang melayani pendaftaran PEB dengan memakai formulir sesuai usul Kepala Kantor Pemuatan bersangkutan.

5. Barang ekspor yang diekspor melalui PT. Pos Indonesia didaftarkan ke Kantor Pabean di Kantor Pos Lalu Bea tempat pengiriman barang ekspor yang bersangkutan.
6. Data PEB yang disampaikan melalui media elektronik, dan hasil cetak PEB yang telah memperoleh nomor dan tanggal pendaftaran diperlakukan sebagai PEB yang sah.

8.3.3 Mendokumentasikan setelah PEB diterima, Nota Persetujuan Ekspor (NPE)

Ruang lingkup perdagangan/jual beli mencakup wilayah antar daerah di dalam negeri dan antar negara di seluruh dunia. Jika kita menjual barang ke luar negeri atas dasar pesanan dengan kesepakatan tertentu berarti kita telah melakukan kegiatan ekspor.

Definisi Ekspor adalah kegiatan mengirim barang keluar daerah pabean (ke luar negeri) dan diatur dengan Undang-undang Kepabeanan (UU Kepabeanan). Sebuah kegiatan ekspor disetujui oleh Kantor Pelayanan dan Pengawasan Bea Cukai (KPPBC) jika KPBC yang bersangkutan telah mengeluarkan nota pelayanan ekspor (NPE).

KPBC disini adalah kantor bea dan cukai tempat pemuatan barang ekspor ke sarana pengangkut, baik sarana pengangkut darat (truk/kereta), laut (kapal laut) maupun udara (pesawat).

NPE dikeluarkan oleh Sistem Komputer Ekspor (SAP Ekspor). Dokumen ini adalah hasil final dari rangkaian pengajuan dokumen yang dimulai dari entri data di modul Pemberitahuan Ekspor Barang (Modul PEB), pemenuhan terhadap dokumen pendukung. NPE adalah dokumen pelindung untuk barang ekspor yang akan dibawa ke kawasan pabean yaitu kawasan bandar udara dan pelabuhan laut. Pada keadaan tertentu NPE diterbitkan secara manual setelah hasil sesuai dari pemeriksaan fisik barang oleh Petugas Pemeriksa Barang bea cukai. Dilihat dari jenisnya, NPE dapat dikategorikan menjadi dua jenis:

a. Nota Pelayanan Ekspor Otomatis (NPE Otomatis)

NPE jenis dikeluarkan secara otomatis oleh Sistem Komputer Pelayanan Ekspor (SKP Ekspor) dengan mempertimbangkan tiga hal:

1. Barang ekspor tersebut tidak masuk kedalam kategori barang yang dilarang atau dibatasi untuk diekspor.
2. Terpenuhinya persyaratan atas kelengkapan dokumen ekspor jika barang ekspor adalah barang yang dilarang maupun dibatasi ekspornya.
3. Status Barang ekspor tidak sedang dalam proses pemeriksaan fisik.

SKP Ekspor akan menyetujui sebuah pengajuan ekspor dengan menerbitkan NPE secara otomatis yang ditandai dengan terbitnya nomor dan tanggal Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB) serta nomor dan tanggal NPE.

b. Nota Pelayanan Ekspor Manual (NPE Manual)

Karena manual, jadi NPE ini diterbitkan oleh petugas pemeriksa barang secara manual jika hasil dari pemeriksaan fisik barang dinyatakan sesuai dengan barang yang diberitahukan di PEB. Ketika hasil dari pemeriksaan fisik sebuah PEB dinyatakan sesuai, maka petugas pemeriksa barang akan mengeluarkan persetujuan ekspor dengan menerbitkan NPE. Nomor dan tanggal NPE direkam secara manual oleh petugas pemeriksa barang dan dicetak melalui SKP Ekspor. Salah satu contoh PEB yang diterbitkan NPE secara manual adalah ekspor sementara untuk perbaikan.

8.3.4 Mengajukan PEB lagi bila ditolak, dengan Nota Pembetulan (Notul)

Jika ada pembetulan/perubahan dan pembatalan data PEB, maka yang harus diperhatikan antara lain:

1. Pembatalan PEB

- a. Jika terjadi pembatalan ekspor, eksportir/kuasanya wajib mengajukan permohonan pembatalan PEB dan melaporkan maksimal tiga (3) hari kerja terhitung sejak keberangkatan sarana pengangkut.
 - b. Eksportir yang tidak melaporkan pembatalan ekspor barang yang telah diberitahukan dalam PEB, atau melaporkan setelah melewati jangka waktu yang ditentukan sesuai dalam ayat (1), dikenai sanksi administratif berupa denda sesuai pasal 10 ayat (5) Undang-undang Nomor 10 Tahun 1995.
 - c. Barang ekspor yang diberitahukan dalam PEB yang dibatalkan tidak dilaksana pemeriksaan fisik barang kecuali terkena NHI.
 - d. Dalam hal barang ekspor yang akan dibatalkan ekspornya terkena NHI, pembatalan PEB baru dapat disetujui setelah:
 - 1). Dilakukan pemeriksaan fisik barang.
 - 2). Eksportir melunasi denda administrasi jika hasil pemeriksaan fisik barang kedapatan salah memberitahukan jenis dan atau jumlah barang dalam PEB.
2. Jika barang ekspor yang PEB-nya dibatalkan telah dimasukkan ke dalam Kawasan Pabean, pengeluaran barang ekspor yang dibatalkan ekspornya dari Kawasan Pabean dilaksanakan setelah mendapat persetujuan Pejabat.
- a. Apabila barang ekspor terdiri satu kontainer atau satu kemasan dan telah dimasukkan ke Kawasan Pabean, terjadi kerusakan pada peti kemas atau kemasan barang sehingga perlu dilaksanakan penggantian peti kemas atau kemasan barang:
 - 1). PEB-nya dibatalkan dan harus diberitahukan kepada Pejabat di Kantor Pemuatan.
 - 2). Terhadap barang ekspor yang bersangkutan harus

dilaksanakan pemeriksaan fisik barang terlebih dahulu sebelum barang ekspor dikeluarkan dari Kawasan Pabean.

- b. Pengeluaran barang ekspor sesuai dalam ayat (3) dilaksanakan dengan memakai Surat Persetujuan Keluar Barang Ekspor (SPKBE) sesuai BCF.3.06. Lampiran VII Keputusan Direktur Jenderal ini.

2. Pembetulan/Perubahan Data PEB

- a. Pembetulan/perubahan data PEB wajib diberitahukan oleh eksportir ke Kantor Pabean dengan memakai Pemberitahuan Pembetulan PEB (PP-PEB).
- b. Terhadap barang ekspor yang data PEB-nya dibetulkan/diubah tidak dilakukan pemeriksaan fisik barang.
- c. Apabila Pejabat telah menerima NHI sebelum eksportir menyerahkan pemberitahuan perubahan sesuai dalam ayat (1), terhadap barang ekspor bersangkutan harus dilaksanakan pemeriksaan fisik barang terlebih dahulu.
- d. Sanksi administrasi sesuai dimaksud dalam Pasal 14 tidak dikenakan terhadap pembetulan/perubahan PEB mengenai jumlah barang, dalam hal:
 - 1). Jumlah menjadi lebih besar atau lebih kecil yang tidak melebihi satu persen (1%) atas ekspor barang curah atau barang cair yang pemuatannya melalui saluran pipa.
 - 2). Jumlah menjadi lebih kecil karena *short shipment* dan atau tidak keseluruhan barang ekspor masuk Kawasan Pabean yang dibuktikan bahwa hal tersebut terjadi diluar kehendak/kemampuan eksportir.
- e. Apabila barang ekspor lebih dari satu kontainer telah masuk dalam Kawasan Pabean mengalami kerusakan pada kemasan

barang atau sebagian peti kemas sehingga perlu dilaksanakan penggantian kemasan barang atau peti kemas:

- 1). PEB-nya dibetulkan/diubah dan harus diberitahukan kepada Pejabat di Kantor Pemuatan.
 - 2). Pada barang ekspor yang peti kemas barang mengalami penggantian, harus dilaksanakan pemeriksaan fisik barang terlebih dahulu sebelum barang tersebut dikeluarkan dari Kawasan Pabean.
- f. PP-PEB sesuai ayat (1) sesuai BCF 3.05 Lampiran VII Keputusan Direktur Jenderal.
- g. Pengeluaran barang ekspor sesuai ayat (5) dilaksanakan dengan memakai SPKBE.
- h. Pembedulan/perubahan data PEB tentang jenis dan atau jumlah dan atau harga barang dapat dilayani sepanjang barang ekspor belum dimuat ke sarana pengangkut kecuali dalam hal:
- 1). Ekspor barang cair yang pemuatannya melalui saluran pipa paling lama tiga hari setelah dinyatakan ekspor.
 - 2). *Short shipment* paling lama tiga hari setelah dinyatakan ekspor.
- i. Pembedulan/perubahan data PEB tentang penggantian nama sarana pengangkut, nomor *voyage/flight*, tanggal keberangkatan sarana pengangkut, yang karena tidak terangkutnya barang ekspor secara keseluruhan, dilaksanakan paling lama tiga (3) hari kerja terhitung sejak keberangkatan sarana pengangkut semula.
- j. Pembedulan/perubahan data PEB selain pembedulan/perubahan sesuai ayat (1) dan (2), dapat dilayani sebelum maupun sesudah barang ekspor dimuat ke sarana pengangkut dan diajukan paling lama satu bulan terhitung sejak PEB

mendapat Nomor Pendaftaran.

- k. Perihal pembetulan/perubahan data PEB tentang jumlah barang ekspor yang terkena PE, eksportir:
 - 1). Harus melunasi kekurangan pembayaran PE tentang perubahan tersebut karena kelebihan muat.
 - 2). Dapat meminta pengembalian PE tentang perubahan tersebut karena kekurangan muat.
- l. Terhadap kelebihan atau kekurangan sesuai ayat (4) yang lebih dari satu persen:
 - 1). Harus dilaksanakan penyelidikan dan dibuat Berita Acara Pemeriksaan terhadap eksportir/kuasanya.
 - 2). Harus dibuktikan dengan pernyataan pengangkut.
- m. Sebelum memberikan persetujuan atas pemberitahuan pembetulan/perubahan data PEB, Pejabat wajib melaksanakan penelitian tentang alasan permohonan pembetulan atau perubahan data PEB dan pemenuhan bersyarat yang ditetapkan.
- n. Tata kerja penyelesaian PEB yang dibatalkan dan dibetulkan diubah, diatur dalam Lampiran VI Keputusan Direktur Jenderal.

8.4 Mengurus fasilitas kepabeanan dibidang ekspor

Fasilitas Kepabeanan terdiri atas dua hal yaitu fasilitas yang berhubungan dengan perpajakan dan fasilitas yang berhubungan dengan pelayanan.

1. Fasilitas Perpajakan/Fasilitas Fiskal
2. Fasilitas Pelayanan

Hal ini diatur dalam undang-undang Nomor 10 Tahun 1995 tentang kepabeanan sebagaimana telah diubah sesuai Undang-Undang Nomor 17 tahun 2006 adalah pemberian insentif terhadap sektor industri dan

perdagangan. Pemberian insentif tersebut diharapkan akan memberikan manfaat pertumbuhan perekonomian nasional dan juga sebagai bentuk perlakuan yang lazim dalam tata pergaulan internasional.

Secara umum berikut adalah bentuk fasilitas kepabeanan yang diberikan oleh undang-undang kepabeanan, antara lain:

1. Fasilitas kepabeanan

Dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih cepat, lebih baik dan lebih murah pemerintah memberikan kemudahan proses kepabeanan. Beberapa bentuk fasilitas pelayanan di bidang kepabeanan yang telah diaplikasikan dalam tata laksana kepabeanan di bidang impor, antara lain:

- a. Fasilitas Mitra Utama
- b. Fasilitas Pelayanan Segera (*rush handling*)
- c. Fasilitas Pengeluaran barang dengan jaminan (*vooruitslag*)
- d. Fasilitas Pemberitahuan Pendahuluan (*prenotification*)
- e. Fasilitas *Truck loosing*
- f. Fasilitas importasi kemasan berulang (*retunable package*)
- g. Fasilitas Pengambilan Barang contoh untuk penetapan klarifikasi lebih dahulu (*pre-entry classification*), dsb

2. Fasilitas yang terkait dengan perpajakan (fiskal kepabeanan)

Pengertian fasilitas fiskal adalah fasilitas yang terkait dengan penerimaan perpajakan, khususnya bea masuk. Fasilitas fiskal dalam konteks Undang-undang kepabeanan mengandung pengertian sebagai bentuk insentif perpajakan yang diberikan oleh pemerintah kepada industri, perdagangan, dan pihak-pihak tertentu. Bentuk-bentuk fasilitas fiskal kepabeanan dapat berupa:

- a. Tidak dipungut Bea Masuk, sesuai Pasal 24 UU Kepabeanan.
- b. Pembebasan atau Keringanan Bea Masuk dalam rangka impor sementara, sesuai pasal 10D UU Kepabeanan.

- c. Tarif Preferensi dalam rangka *Free Trade Agreement* {FTA}, sesuai pasal 13 UU kepabeanan.
- d. Pembebasan Bea Masuk, sesuai Pasal 25 UU Kepabeanan.
- e. Pembebasan atau Keringanan, sesuai Pasal 26 UU Kepabeanan.
- f. Pengembalian Bea Masuk, sesuai Pasal 27 Undang-undang Kepabeanan.
- g. Penangguhan Bea Masuk terhadap tempat penimbunan berikat, sesuai pasal 44 Undang-undang Kepabeanan.
- h. Bea Masuk Ditanggung Pemerintah terhadap sektor Industri tertentu.

BAB IX

PEMERIKSAAN FISIK PRODUK EKSPOR

9.1 Mempersiapkan pemeriksaan fisik produk ekspor

Proses pemeriksaan fisik barang ekspor (BC 3.0) dengan lokasi barang berada di luar wilayah pengawasan Kantor Pabean Pemuatan yang dimulai sejak Kepala Seksi Pelayanan Kepabeanan dan Cukai atau yang bertugas melaksanakan penelitian dokumen ekspor membuat dan menyerahkan Pemberitahuan Pemeriksaan Barang (PPB) beserta lampirannya kepada Pemeriksa yang ditunjuk sampai dengan penyerahan PEB yang telah dicantumkan hasil pemeriksaan fisik dan kelengkapannya serta Nota Pelayanan Ekspor (NPE).

Pejabat Pemeriksa Dokumen adalah Pejabat Bea dan Cukai yang berwenang untuk melaksanakan penelitian dan penetapan atas data PEB dengan Jabatan Kepala Seksi atau Kepala Subseksi atau Jabatan Fungsional Pemeriksa Bea dan Cukai atau Pelaksana.

Pejabat Pemeriksa Barang adalah Pejabat Bea dan Cukai yang berwenang untuk melaksanakan Pemeriksaan Fisik Barang Ekspor dan ditunjuk secara langsung melalui Sistem Komputer Pelayanan atau oleh Pejabat Pemeriksa Dokumen.

Pemeriksaan fisik dilakukan terhadap barang ekspor yang mempunyai kriteria sebagai berikut:

- Akan diimpor kembali.
- Pada saat impornya ditujukan untuk diekspor kembali.
- Mendapat fasilitas KITE.
- Dikenai Bea Keluar.
- Berdasarkan informasi dari Direktorat Jenderal Pajak.

- Berdasarkan hasil analisis informasi dari Unit Pengawasan terdapat indikasi yang kuat akan terjadi pelanggaran atau telah terjadi pelanggaran ketentuan perundang-undangan.

Nota Pelayanan Ekspor atau dikenal dengan NPE diterbitkan oleh Pejabat Pemeriksa Dokumen Ekspor atau Sistem Komputer Pelayanan atas PEB yang diserahkan, berfungsi melindungi pemasukan barang yang akan dimuat ke sarana pengangkut yang akan diekspor ke Kawasan Pabean.

Kantor Pabean Pemeriksaan adalah Kantor Pabean yang melaksanakan pemeriksaan fisik barang ekspor.

9.1.1 Menyiapkan produk ekspor yang akan diperiksa

Dasar Hukum

- a. Undang-Undang No.10 Th 1995 perihal Kepabeanan sesuai yang telah diubah dengan Undang-Undang No. 17 Th 2006.
- b. Peraturan Menteri Keuangan No. 145/PMK.04/2007 perihal Ketentuan Kepabeanan di Bidang Ekspor sesuai telah diubah dengan Peraturan Menteri Keuangan No. 145/PMK.04/2014.
- c. Peraturan Direktur Jenderal Bea dan Cukai No. P-41/BC/2008 tentang Pemberitahuan Pabean Ekspor sesuai telah diubah dengan Peraturan Direktur Jenderal Bea dan Cukai No. PER-34/BC/2016.
- d. Peraturan Direktur Jenderal Bea dan Cukai No. P-32/BC/2014 tentang Tata Laksana Kepabeanan di Bidang Ekspor sesuai yang telah diubah terakhir dengan Peraturan Direktur Jenderal Bea dan Cukai No. P- 29/BC/2016.

Jangka Waktu Penyelesaian

Jangka waktu Pemeriksaan Fisik Barang Ekspor paling lama adalah:

- a. Enam puluh (60) menit sejak dokumen diterima lengkap dan benar oleh Pelaksana Petugas Loker sampai dengan dokumen diterima oleh Pelaksana Pemeriksa Barang.
- b. Pemeriksaan barang bergantung pada jumlah dan jenis barang yang diperiksa.
- c. Enam puluh (60) menit untuk pembuatan hasil pemeriksaan sampai dengan penyerahan PEB yang sudah dicantumkan hasil pemeriksaan fisik, PEB pembetulan (jika dilaksanakan pembetulan PEB), PPB, PKB, fotokopi *invoice* dan fotokopi *packing list*, dan fotokopi NPE kepada Kepala Subseksi Hanggar Pabean dan Cukai/Pejabat Pemeriksa Dokumen

9.1.2 Mengidentifikasi produk ekspor yang terkena pemeriksaan karantina dan pembatasan ekspor

Terkait perdagangan internasional, maka terdapat larangan dan pembatasan (lartas) pada beberapa barang bagi lintas negara. Agar importasi atau eksportasi dapat dilakukan maka barang-barang ini memerlukan izin atau umum disebut terkena lartas. Pada dasarnya tidak semua barang terkena lartas, ada juga barang bebas lartas, artinya tidak memerlukan ijin untuk diimpor maupun diekspor. Dalam hal tertentu, barang yang terkena lartas bisa juga memperoleh pengecualian. Pengertian impor dan ekspor dalam hal ini tidak terbatas pada lalu lintas barang memakai kontainer melalui pelabuhan laut, barang kiriman baik paket pos maupun barang bawaan penumpang (*handcarry*) juga termasuk didalamnya. Lartas (larangan dan pembatasan) bagi barang-barang tersebut juga berlaku, walaupun ada ketentuan pengecualian pada beberapa hal.

Jenis Lartas

Pembagian lartas terdiri atas lartas impor dan lartas ekspor. Lartas impor terdiri atas lartas *border* dan lartas *post border*. Sedangkan ekspor tidak ada lartas *post border*, semua lartas ekspor adalah lartas *border*. Lartas *border* adalah lartas yang harus dipenuhi sebelum barang dikeluarkan dari Kawasan Pabean (Pelabuhan), contohnya adalah kewajiban karantina bagi importasi ikan segar sesuai dengan Peraturan No. 18/PERMEN-KP/2018 Perubahan atas Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor 50/PERMEN-KP/2017 perihal Jenis Komoditas Wajib Periksa Karantina Ikan, Mutu dan Keamanan Hasil Perikanan.

Pemenuhan lartas *post border* adalah setelah barang dikeluarkan dari Kawasan Pabean (Pelabuhan), sehingga pengawasannya dikembalikan ke instansi yang mengatur lartas tersebut. Contohnya kewajiban melampirkan Laporan Surveyor (LS) untuk importasi barang modal dalam keadaan tidak baru, sesuai Peraturan No. 90 Tahun 2017 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 127/M-DAG/PER/12/2015 perihal Ketentuan Impor Barang Modal Dalam Keadaan Tidak Baru.

Pengecekan Lartas

Pada perdagangan, barang diklasifikasikan ke dalam *HS Code*. Untuk pengecekan lartas dapat memakai *HS Code* sebagai parameter, atau memakai parameter lain contohnya *keyword*, juga dapat dilakukan. Pengecekan lartas dapat dilakukan secara *online* dengan mengakses alamat eservice.insw.co.id yang merupakan bagian dari portal Indonesia Nasional *Single Window* (INSW). Data pada portal ini dinamis, selalu *terupdate* sehingga validitasnya terjamin. Data yang sama juga dipakai untuk validasi pengisian pemberitahuan pabean. Pengecekan lartas dilakukan pada menu Indonesia NTR. Pada menu Indonesia NTR ini sub-

menu antara lain berisi: *HS Code Information, Rules of Origin Repository, Regulation Repository, List of Origin Repository*.

Sesuai dengan pengecekan *HS Code* ini maka diketahui apakah barang tersebut terkena lartas atau tidak, pada kolom lainnya juga akan ditampilkan nomor peraturan yang merupakan dasar pengenaan lartas. Untuk mengetahui apakah barang tersebut tidak terkena lartas atau merupakan barang yang dikecualikan, maka dapat mensearch peraturan untuk memperoleh kepastian.

Alur Penetapan Lartas

Kepolisian melarang importasi senjata api tanpa ijin dari Polri, oleh sebab alasan keamanan. Pada Kementerian Perdagangan memiliki syarat barang harus berstandarisasi SNI, demikian pula instansi lain sesuai tugas dan fungsinya, masing-masing mengeluarkan peraturan yang dapat bersentuhan dengan pengeluaran dan pemasukan barang. Menteri Keuangan menetapkan dan mengeluarkan peraturan karena membawahi Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) dan Pengelola Portal Indonesia *Nasional Single Window* (INSW). DJBC sebagai *border officer* atau instansi pengawas perbatasan. Semua ketentuan yang berhubungan dengan pemasukan dan pengeluaran barang baik pelaksanaan maupun pengawasannya dilakukan oleh DJBC, sedangkan INSW merupakan portal yang bertujuan agar dapat memberikan layanan publik yang terintegrasi terkait ekspor dan impor dari berbagai instansi.

HS Code sebagai parameter digunakan sebagai filterisasi larangan dan pembatasan. Pencantuman *HS Code* diharuskan oleh Bea cukai dalam pemberitahuan pabean. Bagi instansi yang menerbitkan ketentuan larangan dan pembatasan diwajibkan untuk mencantumkan *HS Code* guna menentukan barang-barang mana yang dilarang maupun dibatasi impor dan ekspornya. Jadi *HS Code* adalah sistem klasifikasi barang yang berlaku secara internasional.

9.1.3 Mempersiapkan dokumen aplikasi pemeriksaan fisik produk ekspor

Persyaratan dan Perlengkapan:

- a. Pemberitahuan Pemeriksaan Barang (PPB).
- b. PEB yang telah mendapatkan nomor dan tanggal pendaftaran dan telah ditandatangani serta dibubuhi cap perusahaan.
- c. PP-PEB yang telah ditandatangani serta dibubuhi cap perusahaan, dalam hal dilakukan pembetulan PEB.
- d. Pemberitahuan Kesiapan barang (PKB) yang akan dilaksanakan pemeriksaan fisik di tempat yang telah ditentukan.
- e. Fotokopi *invoice* dan fotokopi *packing list*.

Keluaran (*Output*):

- a. PEB yang telah dicantumkan hasil pemeriksaan fisik.
- b. Nota Pelayanan Ekspor (NPE).

9.1.4 Melakukan koordinasi dengan pihak terkait

Pihak-Pihak yang Terlibat, antara lain:

- a. Eksportir/kuasanya.
- b. Kepala Seksi Pelayanan Kepabeanan dan Cukai dan Dukungan Teknis.
- c. Kepala Subseksi Hanger Pabean dan Cukai/Pejabat Pemeriksa Dokumen Ekspor di Kantor Pabean Pemeriksaan.
- d. Pelaksana Pemeriksa Barang.
- e. Pelaksana Pengawas *Stuffing*.
- f. Petugas Locket.
- g. BPIB.
- h. Kepala Seksi/Pejabat Pemeriksa Dokumen di Kantor Pabean Pemuatan.

9.2 Melaksanakan pemeriksaan fisik produk ekspor

Pemeriksaan fisik dikecualikan terhadap Eksportir Tertentu, kecuali dalam hal terjadi indikasi yang kuat akan atau telah terjadi pelanggaran ketentuan perundang-undangan, yang atas barang ekspornya:

- Memperoleh fasilitas KITE dengan pembebasan cukai dan atau bea masuk
- Dikenai Bea Keluar

Eksportir Tertentu ditetapkan oleh Direktur Penindakan dan Penyidikan. Dipersamakan dengan itu adalah eksportir yang berstatus sebagai importir jalur prioritas. Penetapan eksportir tertentu dengan memperhatikan reputasi eksportir yang meliputi:

1. Tidak pernah melanggar ketentuan kepabeanan dan cukai yang dikenai sanksi administrasi dalam waktu satu (1) tahun terakhir.
2. Tidak memiliki tunggakan hutang bea masuk, bea keluar, cukai dan pajak.
3. Telah menyelenggarakan pembukuan sesuai rekomendasi Direktur Audit.
4. Telah mendapatkan rekomendasi dari Direktorat Jenderal Pajak sebagai wajib pajak yang patuh.

9.2.1 Menetapkan tempat pelaksanaan pemeriksaan fisik produk ekspor

Pemeriksaan fisik atas barang ekspor dapat dilaksanakan di:

- Kawasan Pabean pelabuhan muat.
- Gudang eksportir.
- Tempat lain yang dipakai eksportir untuk menyimpan barang setelah memperoleh persetujuan Kepala Kantor Pabean.

Untuk barang ekspor yang dilaksanakan pemeriksaan fisik diluar Kawasan Pabean, PEB diserahkan ke kantor pabean pemuatan maksimal dua hari sebelum dimulainya pemeriksaan fisik barang.

Pemeriksaan fisik barang dilaksanakan atas seluruh *party* barang (tingkat pemeriksaan 100%) kecuali terhadap barang ekspor yang memperoleh fasilitas KITE dilakukan tingkat pemeriksaan fisik secara acak dari seluruh *party* barang dan sekurang-kurangnya dua kemasan.

Pemeriksaan fisik *party* barang yang terdiri atas satu kemasan, dilakukan terhadap seluruh *party* barang, sehingga pemeriksaan fisik ditingkatkan menjadi 100% dalam hal:

- Jenis dan/atau jumlah kemasan yang telah diperiksa, kepadatan tidak sesuai dengan *packing list*.
- Jenis dan/atau jumlah barang yang telah diperiksa, kepadatan tidak sesuai dengan *packing list*.

Untuk mengetahui jumlah barang ekspor yang pemuatannya ke sarana pengangkut melalui pipa, dilaksanakan pemeriksaan pada saat pemuatan sesuai hasil pengukuran alat ukur dibawah pengawasan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. Dalam hal saluran pipa atau jaringan transmisi langsung menuju luar daerah pabean, pemeriksaan fisik barang ekspor sesuai hasil pengukuran terakhir di dalam daerah pabean. Terhadap barang ekspor yang pemeriksaan fisiknya dilakukan di luar kawasan pabean pelabuhan muat, harus dilaksanakan pengawasan *stuffing*, dan penyegelan pada peti kemas atau kemasan barang.

9.2.2 Melaksanakan pemeriksaan fisik produk ekspor sesuai dengan prosedur yg berlaku

Prosedur Kerja

- a. Eksportir/kuasanya menyampaikan kepada Petugas Loker Kantor

Pabean Pemeriksaan tentang lokasi pemeriksaan fisik di luar wilayah pengawasan Kantor Pabean Pemuatan, dokumen:

1. Pemberitahuan Pemeriksaan Barang (PPB).
 2. PEB.
 3. PP-PEB pembetulan (jika dilaksanakan Pembetulan PEB).
 4. PKB yang telah ditandatangani serta dibubuhi cap perusahaan.
 5. Fotokopi *invoice* dan fotokopi *packing list*.
- b. Petugas Loker menyampaikan dokumen kepada Kepala Seksi Pelayanan Kepabeanaan dan Cukai.
 - c. Kepala Seksi atau Pejabat Pemeriksa Dokumen Kantor Pabean Pemuatan mencetak Pemberitahuan Pemeriksaan Barang (PPB), PEB, PP-PEB dan mengirimkan kepada Pejabat Pemeriksa Dokumen di Kantor Pabean Pemeriksaan.
 - d. Kepala Seksi Pelayanan Kepabeanaan dan Cukai menerima, meneliti, mencocokkan dengan dokumen yang diterima dari Pejabat Pemeriksa Dokumen di Kantor Pabean Pemuatan kemudian mendisposisikan kepada Kepala Subseksi Hanggar Pabean dan Cukai.
 - e. Kepala Subseksi Hanggar Pabean dan Cukai atau Pejabat Pemeriksa Dokumen di Kantor Pabean Pemeriksaan menerima, meneliti, dan mencantumkan nama Pelaksana/Pejabat Pemeriksa Barang dan memberikan catatan yang diperlukan dalam PPB, serta menyerahkan dokumen kepada Pelaksana/Pejabat Pemeriksa Barang.
 - f. Pelaksana/Pejabat Pemeriksa Barang melakukan pemeriksaan fisik, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mendapatkan keakuratan identifikasi barang ekspor dapat dilakukan uji laboratorium.

- g. Pelaksana/Pemeriksa Fisik Barang mencantumkan hasil pemeriksaan fisik pada lembar hasil pemeriksaan fisik barang pada PEB, dalam hal Kantor Pabean Pemuatan memakai tulisan diatas formulir atau melakukan perekaman hasil pemeriksaan fisik pada Sistem Komputer Pelayanan dalam hal Kantor Pabean Pemuatan memakai sistem PDE Kepabeanan atau Media Penyimpan Data Elektronik.
- h. Barang ekspor yang telah diperiksa fisik dilakukan *stuffing* dibawah pengawasan Petugas Pengawasan *Stuffing* dan dilakukan penyegelan pada peti kemas atau kemasan barang oleh Petugas Pengawasan *Stuffing*.
- i. Dalam hal hasil pemeriksaan fisik dan/atau uji laboratorium menunjukkan jumlah dan/atau jenis barang sesuai:
 - 1. Pelaksana/Pejabat Pemeriksa Fisik Barang menerbitkan, menandatangani serta menyerahkan NPE kepada Eksportir apabila tidak diperlukan persyaratan berupa laporan *surveyor*.
 - 2. Pelaksana/Pejabat Pemeriksa Fisik menyerahkan PEB yang sudah dicantumkan hasil pemeriksaan fisik, PP-PEB pembetulan (jika dilaksanakan pembetulan PEB), PPB, PKB, fotokopi *invoice* dan fotokopi *packing list*, dan fotokopi NPE kepada Pejabat Pemeriksa Dokumen di kantor pemeriksaan untuk diteruskan ke Kantor Pabean Pemuatan.
 - 3. Kepala Subseksi Hanggar Pabean dan Cukai/Pejabat Pemeriksa Dokumen memberikan catatan sesuai pada SKP.
 - 4. Dalam hal diperlukan persyaratan laporan *surveyor*, Kepala Subseksi Hanggar Pabean dan Cukai/Pejabat Pemeriksa Dokumen memberikan catatan sesuai pada SKP dan

menerbitkan NPE apabila dokumen yang dipersyaratkan berupa laporan surveyor telah dipenuhi.

- j. Dalam hal hasil pemeriksaan fisik menunjukkan jumlah dan/atau jenis barang tidak sesuai, maka Pelaksana Pemeriksa Barang pada Seksi Pelayanan Kepabeanan dan Cukai menyerahkan PEB yang di dalamnya sudah dicantumkan hasil pemeriksaan fisik, PP-PEB (jika dilaksanakan pembetulan data PEB), PPB, PKB, fotokopi *invoice* dan fotokopi *packing list* kepada Kepala Subseksi Hanggar Pabean dan Cukai atau Pejabat Pemeriksa Dokumen untuk dilanjutkan dengan SOP Penelitian Dokumen.

9.2.3 Mendokumentasikan hasil pemeriksaan fisik produk ekspor

Apabila pada hasil pemeriksaan fisik barang didapatkan jumlah/atau jenis barang sesuai:

- Pemeriksa menerbitkan NPE.
- Pejabat Pemeriksa Dokumen Ekspor melaksanakan penelitian perhitungan Bea Keluar, tentang barang ekspor yang dikenai Bea Keluar.

Jika pada hasil pemeriksaan fisik barang didapatkan jumlah dan/atau jenis barang tidak sesuai, maka terhadap:

- Barang ekspor tersebut akan diimpor kembali, selanjutnya diterbitkan Nota Pembetulan oleh Pejabat Pemeriksa Dokumen. Setelah dilakukan pembetulan PEB, maka NPE akan diterbitkan oleh Pejabat Pemeriksa Dokumen Ekspor.
- Barang ekspor yang pada waktu impornya dengan tujuan diekspor kembali, Nota Pembetulan diterbitkan oleh Pejabat Pemeriksa Dokumen Ekspor, dan menyampaikan dokumen ekspor yang didalamnya sudah dicantumkan hasil pemeriksaan fisik dengan dilampiri Nota Pembetulan kepada Pejabat Bea dan Cukai yang

menangani administrasi impor sementara untuk dilaksanakan penelitian lebih lanjut.

- Tentang NPE, bahwa setelah dipenuhi kewajiban pabean dan ketentuan sanksi administrasi, sepanjang tidak terbukti adanya indikasi tindak pidana, maka NPE akan diterbitkan oleh Pejabat Pemeriksa Dokumen Ekspor.
- Barang ekspor yang memperoleh fasilitas KITE, Nota Pembetulan akan diterbitkan oleh Pejabat Pemeriksa Dokumen Ekspor, dan menyampaikan dokumen ekspor dimana tercantum hasil pemeriksaan fisik yang dilampiri Nota Pembetulan kepada Unit Pengawasan, untuk dilaksanakan penelitian lebih lanjut. Pejabat Pemeriksa Dokumen Ekspor akan menerbitkan NPE, bila telah dipenuhi kewajiban pabean dan ketentuan sanksi administrasi sepanjang tidak terbukti adanya indikasi tindak pidana.
- Barang ekspor yang dikenai Bea Keluar, dokumen ekspor diserahkan oleh Pejabat Pemeriksa Dokumen Ekspor dimana tercantum hasil pemeriksaan fisik, kepada Unit Pengawasan untuk dilaksanakan penelitian lebih lanjut. Pejabat Pemeriksa Dokumen Ekspor akan menerbitkan NPE, bila telah dipenuhi kewajiban pabean dan ketentuan sanksi administrasi sepanjang tidak terbukti adanya indikasi tindak pidana.
- Barang ekspor termasuk barang yang dibatasi atau dilarang, dokumen ekspor diserahkan oleh Pejabat Pemeriksa Dokumen Ekspor dimana tercantum hasil pemeriksaan fisik, kepada Unit Pengawasan untuk dilaksanakan penelitian lebih lanjut. Pejabat Pemeriksa Dokumen Ekspor akan menerbitkan NPE, bila telah dipenuhi kewajiban pabean dan ketentuan sanksi administrasi sepanjang tidak terbukti adanya indikasi tindak pidana.

-
- Agar memperoleh keakuratan identifikasi barang ekspor, maka Pejabat Pemeriksa Dokumen memerintahkan supaya dilaksanakan uji laboratorium. Setelah terbit hasil uji laboratorium, maka menerbitkan NPE.

BAB X DOKUMEN PRODUK EKSPOR

10.1 Menyiapkan dokumen yang diperlukan dalam kegiatan ekspor

Dokumen yang dibutuhkan untuk ekspor ditentukan oleh permintaan pembeli sesuai dengan cara pembayaran yang dipilih (L/C atau lainnya). Dalam pemenuhan secara tepat persyaratan dokumen yang diminta didalam L/C maka eksportir harus teliti dan berusaha agar penyerahannya dilakukan dengan cepat, supaya tidak terjadi kelambatan pada pembayaran. Umumnya dokumen yang dibutuhkan antara lain:

- a. Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB)
- b. *Bill of Lading* (B/L, *Airway Bill*/ AWB atau dokumen transpor lainnya antara lain *cargo receipt*, *postal receipt*)
- c. *Invoice*
- d. *Packing List*
- e. Surat Keterangan Asal (SKA)

Dalam hal tertentu juga diperlukan:

- Asuransi (jika diminta oleh pembeli)
- Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- Sertifikat Mutu (SM) atau Surat Pernyataan Mutu (SPM)
- LKP (Laporan Kebenaran Pemeriksaan) Ekspor, bagi produk yang memperoleh fasilitas Bapeksta atau yang dikenakan PET/Pajak Ekspor Tambahan atau PE/Pajak Ekspor.

Berbagai jenis dokumen yang terdapat dalam perdagangan internasional (impor ekspor), baik yang dikeluarkan perbankan, pengusaha, pelayaran, dan instansi lainnya memiliki peranan dan arti penting. Oleh karena itu semua dokumen tentang kegiatan tersebut harus diteliti dan dibuat dengan seksama.

Dokumen-dokumen dalam perdagangan internasional (impor ekspor) dibedakan atas dokumen induk dan dokumen penunjang.

A. DOKUMEN INDUK

Adalah dokumen yang dikeluarkan oleh Badan Pelaksana Utama Perdagangan Internasional, merupakan dokumen inti sebagai alat pembuktian pelaksanaan suatu transaksi. Dokumen ini terdiri atas:

1. Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB)

PEB adalah dokumen utama yang harus diisi dengan benar untuk mendapatkan persetujuan Bea dan Cukai, sesuai SK Menteri Keuangan No.1012/KMK.00/1991 th 1991 perihal Pemberitahuan Ekspor Barang.

2. *Letter Of Credit (L/C)*

Letter of Credit (L/C) dikenal dengan istilah *Documentary Credit*, yang mempunyai beberapa istilah *Authority To Purchase*, *Authority To Pay* yang mempunyai pengertian yang sama. L/C adalah hal yang penting dimana pemakaian L/C oleh Bank sebagai alat yang mampu untuk membiayai penyerahan barang dagang.

3. *Bill Of Lading (B/L)*

Yang dimaksud *Bill of Lading (B/L)* ialah tanda bukti kepemilikan barang, atau surat tanda terima barang yang telah dimuat di dalam kapal laut, selain itu juga bukti kontrak atau perjanjian pengangkutan barang melalui laut. Contoh B/L antara lain: *Air Waybill* untuk pengangkutan dengan pesawat udara, *Railway Consignmnet Note* untuk pengangkutan memakai kereta api dan lain-lain.

4. *Faktur (Invoice)*

Faktur adalah suatu dokumen perdagangan yang penting, yang berisi data-data jumlah wesel yang dapat ditarik, penyelesaian berbagai macam bea masuk, dan jumlah penutupan asuransi.

5. Dokumen (Polis) Asuransi

Perusahaan asuransi mengeluarkan surat bukti pertanggungan yang atas permintaan importir maupun eksportir untuk menjamin keselamatan atas barang yang dikirim.

B. DOKUMEN PENUNJANG

Dokumen penunjang merupakan dokumen yang dikeluarkan untuk merinci atau memperkuat keterangan pada dokumen induk, terutama faktur (*invoice*). Yang termasuk dalam dokumen ini yaitu:

1. Daftar Pengepakan (*Packing List*)

Daftar Pengepakan adalah dokumen yang dibuat eksportir yang berisi uraian dari barang-barang yang dibungkus, dipak, atau diikat dalam peti.

2. Surat Keterangan Asal (*Certificate Of Origin*)

SKA adalah surat pernyataan yang ditandatangani untuk membuktikan asal dari suatu barang.

3. Surat Keterangan Pemeriksaan (*Certificate Of Inspection*)

SKP adalah keterangan mengenai keadaan barang yang dimuat oleh juru pemeriksa barang, *independent surveyor*, atau badan resmi yang disahkan oleh pemerintah.

4. Sertifikat Mutu (*Certificate Of Quality*)

Sertifikat Mutu adalah keterangan yang dibuat sehubungan dengan hasil analisis barang-barang pada badan penelitian independen atau di laboratorium perusahaan yang terkait mutu barang yang diperdagangkan.

5. Sertifikat Mutu Dari Produsen (*Manufacture's Quality Certificate*)

Sertifikat Mutu ini adalah dokumen yang dibuat oleh pabrik pembuat barang yang diekspor, atau produsen, atau *supplier* yang menjelaskan mutu dari barang-barang.

6. Keterangan Timbangan (*Weight Note*)

Keterangan Timbangan adalah catatan yang tentang perincian berat dari tiap-tiap kemasan barang sesuai pada *commercial invoice*.

7. Daftar Ukuran (*Measurement List*)

Merupakan daftar tentang takaran dan ukuran dari tiap-tiap kemasan contoh tebal, panjang, garis tengah serta volume barang.

8. Analisa Kimia (*Chemical Analysis*)

Laboratorium kimia mengeluarkan pernyataan tentang komposisi kimiawi dari suatu barang.

9. Wesel (*Bill Of Exchange*)

Wesel adalah sebuah alat pembayaran yang memberikan perintah yang tidak bersyarat dengan bentuk tertulis, yang ditujukan oleh seseorang kepada orang lain.

Menyiapkan informasi untuk pembuatan dokumen produk ekspor

Pada umumnya prosedur ekspor barang ialah aktivitas/kegiatan mengirim/mengeluarkan barang ke luar negeri, dalam jumlah besar untuk tujuan perdagangan, dan berkaitan dengan *Custom* (Bea Cukai) baik di negara asal maupun negara tujuan. Bea Cukai bertugas sebagai pengawas keluar masuknya/lalu lintas barang dalam suatu negara. Berikut langkah-langkah yang umum dilakukan dalam proses ekspor:

1. Mencari tahu terlebih dahulu apakah barang yang akan diekspor tersebut termasuk barang yang dilarang untuk diekspor, diperbolehkan untuk diekspor tetapi dengan pembatasan, atau barang yang bebas diekspor (menurut undang-undang dan peraturan di Indonesia). Untuk mengetahuinya bisa dilihat di www.insw.go.id
2. Memastikan juga apakah barang tersebut diperbolehkan untuk masuk ke negara tujuan ekspor.

3. Apabila telah memperoleh *buyer*/pembeli, menetapkan sistem pembayaran, menentukan spesifikasi dan jumlah barang, dll, kemudian mempersiapkan barang dan dokumen-dokumen sesuai kesepakatan.
4. Mengajukan pemberitahuan pabean pada Bea Cukai dengan memakai dokumen PEB atau Pemberitahuan Ekspor Barang disertai dokumen pelengkap.
5. Setelah eksportasi disetujui oleh Bea Cukai, maka akan diterbitkan dokumen NPE (Nota Persetujuan Ekspor). Jika sudah terbit NPE, maka secara hukum barang tersebut dianggap sebagai barang ekspor.
6. Melakukan *stuffing* dan mengapalkan barang dengan menggunakan moda transportasi udara (*air cargo*), laut (*sea cargo*), atau darat.
7. Mengasuransikan barang/kargo (jika menggunakan term CIF)
8. Mengambil pembayaran di Bank (jika menggunakan LC atau pembayaran di akhir).

Ekspor Barang ke luar negeri memiliki prospek yang menjanjikan khususnya di bidang agrobisnis, apalagi prosedur ekspor tidak terlalu sulit. Wilayah Indonesia yang kaya dengan alam dan mineral berpotensi untuk menyerap banyak lapangan kerja, tetapi alangkah baiknya jika dalam melakukan ekspor barang yang sudah jadi sehingga nilai ekonomisnya lebih tinggi dibanding bahan mentah.

Menyiapkan persyaratan untuk pembuatan dokumen produk ekspor yang diterbitkan oleh instansi/lembaga terkait

Ketika eksportir mempersiapkan barang yang akan diekspor dengan melakukan *packaging*, *stuffing* ke kontainer hingga barang siap untuk dikirim. Jika barang telah siap dan telah ada jadwal kapal untuk

mengangkut barang tersebut, kemudian eksportir mengajukan dokumen kepabeanan PEB atau Pemberitahuan Barang Ekspor (PEB). PEB tersebut berisi data barang ekspor diantaranya:

- Data Eksportir
- Data penerima barang
- Data *Customs* Broker (bila ada)
- Sarana pengangkut yang akan mengangkut
- Negara Tujuan
- Detil barang, seperti jumlah dan jenis barang, dokumen yang menyertai, nomer kontainer yang dipakai.

Setelah PEB yang diajukan ke kantor Bea Cukai mendapat ijin ekspor, selanjutnya barang bisa dikirim ke pelabuhan untuk dimuat ke kapal atau sarana pengangkut menuju negara tujuan.

Setiap dokumen PEB diwajibkan untuk menyelesaikan pembayaran pendapatan negara bukan pajak yang dapat dibayarkan di kantor Bea cukai setempat atau Bank. Untuk besaran pajak ekspor setiap barang juga berbeda-beda ditentukan dengan keputusan Menteri Keuangan.

Setiap barang yang akan diekspor memiliki peraturan masing-masing tergantung pada barangnya, contohnya kayu yang diekspor memerlukan dokumen Laporan Surveyor, *endorsement* dari Badan Revitalisasi Industri Kayu, untuk barang lain yang berupa barang tambang juga ada yang mensyaratkan menggunakan laporan surveyor.

Untuk beberapa barang yang termasuk kategori limbah ada yang menggunakan kuota. Untuk barang berupa beras disyaratkan apabila kebutuhan dalam negeri telah terpenuhi dan ada ijin dari BULOG. Tidak sedikit barang yang diekspor tanpa persyaratan atau ijin dari instansi

terkait, misalnya ekspor sepeda, plastik, sirup, sepatu, kabel, besi, baja, mainan plastik, dan yang lain.

10.2 Melaksanakan pengurusan dokumen produk ekspor

Langkah-langkahnya antara lain:

1. Persiapan/pembuatan dokumen ekspor dan mempersiapkan barang

- Membaca L/C
- Membuat *Shipping Instruction*
- Membuat *Dokumen Packing List* ekspor dan Invoice
- Mempersiapkan dokumen PEB dengan EDI
- Menyiapkan dokumen resmi keperluan pabean

2. *Booking* pesawat/kapal dan *stuffing* barang

- *Booking space* pesawat/kapal kepada *carrier* dengan melampirkan *shipping instruction*
- Untuk mengurus pengangkutan kontainer dan pengurusan kepabeanan (*custom formalities/custom clearance*), maka menghubungi perusahaan EMKL/EMKU/PPJK
- Menarik kontainer kosong ke gudang pabrik dan mengisinya (*stuffing*) jika FCL, jika muatan LCL tidak perlu menarik kontainer

3. Proses Kepabeanan

- Menginput data PEB menggunakan jaringan EDI
- Untuk pembuatan PEB dengan EDI dokumen yang harus dipersiapkan antara lain: *Invoice*, *Packing List*, SIUP, NPWP, MOU eksportir dengan Bea Cukai.
- Respon yang diberikan: jalur hijau lalu terbit PE jika jalur merah, terbit pemberitahuan jalur merah, pemberitahuan pemeriksaan barang.
- Melaksanakan fiat muat ke bea cukai dengan PE di kawasan pabean .

- Jika tidak mempunyai fasilitas EDI, eksportir dapat memakai jasa EMKL/EMKU/PPJK.
- Jasa EMKL/EMKU/PPJK tugasnya adalah mengangkut barang/kontainer dan proses *custom clearance*.

4. Penyelesaian dokumen setelah *Cargo on Board*

- Mengambil BL asli dari *Carrier* (pengangkut).
- Sebagai arsip, meminta PEB dokumen pabean yang telah di fiat bea cukai.
- Mengasuransikan Cargo.
- Menyiapkan dokumen surat keterangan asal barang (SKA)/COO ke deperindag. Adapun dengan syarat: melampirkan kopi PEB/PE, *Packing List*, *Invoice*, kopi BL khusus perdagangan, Surat Permohonan SKA, pernyataan komposisi bahan baku yang digunakan produksi.
- Menyiapkan wesel ekspor/*Draft/Bill of Exchange*.

5. Proses Pencairan LC

- Melakukan proses negosiasi dengan meminta pembayaran ke Bank bagi transaksi dengan LC dan pengiriman dokumen ke *buyer*
- Berikut adalah dokumen yang diberikan untuk proses negosiasi kepada Bank:
 1. LC asli atau kopi
 2. BL asli
 3. *Invoice* dan *Packing list* asli
 4. COO/SKA
 5. *Bill of Exchange* serta dokumen lain sesuai yang ada dalam LC

Dokumen dalam ekspor ada yang disebut sebagai Dokumen Utama, yaitu dokumen yang keberadaannya tidak bisa digantikan. Yang termasuk dokumen utama antara lain:

1. Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB)

PEB adalah dokumen utama yang harus diisi dengan benar untuk mendapatkan persetujuan Bea dan Cukai, sesuai Surat Keputusan Menteri Keuangan No.1012/KMK.00/1991 th 1991 tentang Pemberitahuan Ekspor Barang. PEB ialah dokumen satu-satunya yang disampaikan kepada Bea dan Cukai, gunanya adalah untuk:

- a. *Customs clearance* di pelabuhan/negara asal barang
- b. Dokumen utama untuk keperluan statistik perdagangan
- c. Penetapan pajak ekspor

Dokumen PEB yang lengkap terdiri atas sepuluh lembar dengan perincian tiga lembar ekstra *copy* dan lainnya tujuh lembar guna keperluan:

- a. Bank Ekspor (dokumen asli)
- b. Bank Indonesia
- c. Biro Statistik (BPS)
- d. Kantor Wilayah Departemen Perdagangan
- e. Departemen Keuangan
- f. Bea dan Cukai
- g. *Copy* untuk eksportir

2. Letter Of Credit (L/C)

Letter of Credit (L/C) dikenal dengan istilah *Documentary Credit*, yang mempunyai beberapa istilah *Authority To Purchase*, *Authority To Pay* yang mempunyai pengertian yang sama. L/C adalah hal yang penting dimana pemakaian L/C oleh Bank sebagai alat yang mampu untuk membiayai penyerahan barang dagang. Terdapat dua kepastian pada L/C yaitu hubungan antara

perkembangan atau variasi pada L/C dengan variasi mekanisme komersial secara khusus untuk mempermudah, dan mekanisme pembayaran.

Definisi *Letter of Credit (L/C)* ialah suatu surat atas permintaan importir yang dikeluarkan oleh Bank, ditujukan kepada eksportir di luar negeri sebagai relasi importir tersebut, yang memberikan hak kepada eksportir dalam menarik wesel-wesel atas importir bersangkutan.

Selain itu definisi lainnya ialah suatu pernyataan yang dikeluarkan oleh Bank dalam mempertaruhkan tingkat kepercayaan/kredit yang telah dikenal baik, dan merupakan pengganti kredit terhadap importir.

Dinyatakan bahwa L/C pada publikasi terbitan ICC ialah perjanjian tertulis dari Bank (*issuing Bank*) yang diberikan kepada penjual (*beneficiary*) sesuai permintaannya, berdasarkan instruksi pembeli (*applicant*) dalam melakukan pembayaran dengan cara membayar, mengaksept atau menegosiasi wesel dengan jumlah tertentu dalam jangka waktu yang ditetapkan, dan atas dokumen-dokumen yang ditentukan.

Jenis-Jenis L/C

L/C yang dipakai sebagai alat pembayaran mempunyai berbagai macam bentuk dan jenis, yang disesuaikan dengan kontrak perjanjian pada perdagangan tersebut. Berikut ini merupakan jenis-jenis L/C yaitu:

- a. **Revocable L/C.** L/C yang dapat diubah atau dibatalkan sewaktu-waktu secara sepihak oleh *opener* atau oleh *issuing Bank* tanpa persetujuan dari *beneficiary*. Kemungkinan pihak eksportir akan mengalami masalah agar segera mendapat pembayaran dari importir. Sebaliknya bagi importir, L/C ini akan

memberikan kelonggaran sebab dapat dibatalkan atau diubah tanpa diinformasikan lebih dahulu kepada *beneficiary*.

- b. Irrevocable L/C.** L/C yang selama jangka berlaku (*validity*) yang ditentukan tidak bisa dibatalkan dalam L/C tersebut, dan *opening* Bank tetap menjamin dalam penerimaan wesel-wesel yang ditarik atas L/C tersebut. Pembatalan yang dilaksanakan, harus mendapat persetujuan semua pihak yang berkaitan dengan L/C tersebut.
- c. Irrevocable dan Confirmed L/C.** Bagi penerima L/C (*beneficiary*) yang dianggap sempurna dan paling aman, sebab pembayaran atau pelunasan wesel yang ditarik atas L/C ini dijamin sepenuhnya oleh *advising* Bank maupun *opening* Bank. Jika semua syarat-syarat dipenuhi, karena sifatnya yang *irrevocable* maka tidak mudah dibatalkan.
- d. Clean Letter of Credit.** Pada L/C ini syarat-syarat lain tidak dicantumkan untuk penarikan suatu wesel. Hal ini berarti tidak dibutuhkan dokumen-dokumen lainnya, bahkan pengambilan uang dari kredit yang tersedia dapat dilaksanakan dengan penyerahan kuitansi biasa.
- e. Documentary Letter of Credit.** Penarikan kredit atau uang yang tersedia harus dilengkapi dengan dokumen-dokumen lain sesuai dalam syarat-syarat dari L/C.
- f. Documentary L/C dengan Red Clause.** Penerima L/C *beneficiary* memperoleh hak untuk menarik sebagian dari jumlah L/C yang tersedia dengan penyerahan kuitansi biasa atau dengan penarikan wesel tanpa dokumen lainnya, sedangkan lainnya dilaksanakan seperti dalam hal *documentary* L/C. L/C ini adalah kombinasi antara *documentary* L/C dengan *open* L/C.

g. *Revolving L/C*. Pada L/C ini kredit yang tersedia digunakan ulang tanpa adanya perubahan syarat khusus pada L/C tersebut. Misalnya dengan jangka waktu enam bulan, kredit setiap bulannya US\$ 1.200, hal ini berarti setiap bulan (selama enam bulan) kredit tersedia secara otomatis sebesar US\$ 1.200, terlepas apakah jumlah itu dipakai atau tidak.

h. *Back to Back L/C*. Pada L/C ini, *beneficiary* atau penerima umumnya bukan pemilik barang, namun hanya perantara. Oleh karena itu, penerima L/C ini memohon Bank agar membuka L/C bagi pemilik barang-barang yang sesungguhnya dengan jaminan L/C yang diterimanya dari luar negeri.

3. *Bill Of Lading (B/L)*

B/L sebagai tanda bukti kepemilikan barang, merupakan surat tanda terima barang yang telah dimuat di dalam kapal laut, juga sebagai bukti adanya perjanjian atau kontrak pengangkutan barang melalui laut. Misalnya *Railway Consignment Note* untuk pengangkutan memakai kereta api, *Air Waybill* untuk pengangkutan dengan pesawat udara, dan lain-lain.

Dalam bahasa Indonesia B/L dikenal *konosemen*, yaitu dokumen pengapalan yang penting, sebab memiliki sifat pengamanan atau jaminan. Asli B/L menyatakan hak kepemilikan atas barang-barang, dan tanpa B/L pihak lain atau seseorang yang ditunjuk tidak dapat menerima barang-barang yang tercantum dalam B/L.

Pihak-Pihak Yang Tercantum Dalam B/L

Pemakaian B/L sebagai bagian dari dokumen yang diperlukan dalam perdagangan impor ekspor melibatkan beberapa pihak, yaitu:

1. *Shipper* adalah pihak yang bertindak sebagai *beneficiary*.

2. *Consignee* adalah pihak yang mendapat pemberitahuan tentang tibanya barang-barang.
3. *Notify party* adalah pihak yang ditentukan pada L/C.
4. *Carrier* adalah pihak pengangkutan atau perusahaan pelayaran.

Fungsi Pokok B/L

Berikut adalah merupakan fungsi dari B/L, antara lain:

1. Bukti tanda penerimaan barang.
Barang-barang yang diterima oleh pengangkut (*carrier*) dari *shipper* (eksportir atau pengirim barang) ke suatu tempat tujuan, dan kemudian memberikan barang-barang tersebut kepada pihak penerima (importir atau *consignee*).
2. Bukti pemilikan atas barang (*document of title*)
Yang menjadi pemilik barang yang tercantum pada B/L adalah orang yang memegang B/L.
3. Bukti perjanjian pengangkutan dan penyerahan barang antara pihak pengirim dan pengangkut.

4. Faktur (*Invoice*)

Faktur adalah dokumen perdagangan yang penting, dimana data-data berisi jumlah wesel yang akan dapat ditarik, penyelesaian berbagai macam bea masuk, dan jumlah penutupan asuransi. Faktur (*invoice*) dapat dibedakan ke dalam tiga bentuk antara lain:

a. *Proforma Invoice*

Adalah penawaran yang bentuknya faktur biasa dari penjual kepada pembeli yang potensial, selain itu merupakan tawaran pada pembeli untuk memberikan pesannya yang pasti dan sering dimintakan oleh pembeli supaya instansi yang memiliki kewenangan di negara importir dapat memberi izin impor. Isi faktur adalah harga barang, dan syarat-syarat jual beli, apabila pembeli yang bersangkutan setuju akan pesanan tersebut,

maka akan ada kontrak yang pasti. Pemakaian faktur ini juga dipakai jika penyelesaian akan dilaksanakan dengan:

- o Pembayaran terlebih dahulu sebelum pengapalan.
- o Atas dasar *consignment*.
- o Tergantung pada tender.

b. Commercial Invoice

Adalah nota perincian tentang keterangan jumlah barang-barang yang dijual dan harga dari barang-barang tersebut, serta perhitungan pembayaran. Faktur ini berisi nama dan alamat pembeli (importir) sesuai yang tercantum dalam L/C dan ditandatangani oleh yang berkuasa menandatangani.

c. Consular Invoice

Adalah faktur yang dikeluarkan oleh instansi resmi yaitu konsulat atau kedutaan. Terkadang faktur ini dibuat oleh eksportir dan ditandatangani oleh konsul negara pembeli, ditandatangani oleh konsul perdagangan negeri pembeli, atau dibuat dan ditandatangani negara sahabat dari negara pembeli. Peraturan-peraturan antar negara berbeda antar satu dengan yang lain mengenai faktur ini, namun kegunaan dari faktur ini ialah untuk memeriksa harga jual dibandingkan harga pasar yang sedang berlaku, dan kepastian bahwa tidak terjadi *dumping*, disamping itu juga dibutuhkan untuk menghitung bea masuk di tempat importir.

5. Dokumen (Polis) Asuransi

Perusahaan asuransi mengeluarkan surat bukti pertanggungan yang atas permintaan importir maupun eksportir untuk menjamin keselamatan atas barang yang dikirim. Pentingnya dokumen asuransi ini, sebab dapat membuktikan bahwa barang-barang yang tercantum tersebut telah diasuransikan. Pada jenis-jenis risiko yang ditutup disebutkan pada dokumen ini, yang menyatakan pihak mana

yang meminta asuransi dan kepada siapa klaim dibayarkan. Pembayaran setiap asuransi dibayarkan dengan valuta yang sama dengan L/C, kecuali syarat-syarat L/C menjelaskan lain. Nilai pada asuransi besarnya tidak perlu sama dengan besarnya L/C, dapat lebih kecil atau lebih besar tergantung pada syarat-syarat pengapalan, jumlah penarikan, atau syarat-syarat L/C. Jika terjadi kerugian akibat kerusakan atau kehilangan, maka penggantian akan dibayarkan senilai yang dijelaskan dalam dokumen asuransi tersebut kepada importir dan eksportir jika telah diendorse. Dokumen asuransi dapat dibuat atas *order* Bank, atas nama pengasuransi, atau atas nama pembawa.

Pemilikan *Bill Of Lading* (B/L)

Beberapa hal yang mendasari kepemilikan suatu B/L antara lain:

1. B/L atas pemegang (*Bearer B/L*)

Bearer memiliki arti pemegang B/L, oleh sebab itu setiap orang yang memiliki atau memegang B/L dapat menagih barang-barang yang tersebut pada B/L. Jenis B/L ini jarang digunakan, kata *bearer* dicantumkan di bawah alamat *consignee*.

2. Kepada order dan atas nama (*B/L made out to order*)

Pada B/L ini terdapat kalimat *consigned to order of* di belakang atau di depan nama *consignee* atau kepada *notify address*. Umumnya syarat B/L ini ditandai dengan pencantuman kata *order* pada kotak *consignee* pada B/L yang bersangkutan. Pemilikan B/L ini dapat dialihkan oleh *consignee* kepada orang lain dengan *endorsement*, yakni menandatangani bagian belakang B/L tersebut. Bunyi kalimat atau kata-kata pada bagian belakang B/L antara lain:

“Deliver to the order of(koresponden)....” *atau*

“Deliver to(koresponden) or order “

.....(tempat)(tanggal)

3. B/L atas Nama (*straight B/L*)

Jika penerbitan sebuah B/L dengan mencantumkan nama si penerima barang (*consignee*), maka B/L tersebut dikenal dengan B/L atas nama (*straight B/L*). Pada *straight B/L* memakai kata-kata *consigned to* atau *to* yang letaknya diatas alamat *consignee* tersebut. Apabila ada perpindahan hak milik atas barang-barang tersebut, maka perlu mempersiapkan *declaration of assignment* atau pernyataan pemindahan hak milik. Pemindahan kepemilikan tersebut dianggap tidak berlaku jika dilaksanakan *endorsement*.

Jenis-Jenis B/L

Berdasarkan pernyataan yang terdapat pada B/L tersebut, maka B/L dapat dibedakan atas beberapa jenis antara lain:

1. *Received for Shipment B/L*

B/L yang menunjukkan barang-barang telah diterima oleh perusahaan pelayaran untuk dimuat di kapal, tetapi belum dikapalkan sesuai dengan batas waktu dalam L/C yang bersangkutan. Pada B/L jenis ini risiko yang mungkin akan terjadi, antara lain:

- a. Kemungkinan barang akan dimuat dengan kapal lain.
- b. Barang-barang tersebut rusak dan terbengkalai, jika terjadi pemogokan.
- c. Kemungkinan penambahan biaya atau ongkos lain contoh sewa gudang dan lain-lain.

2. *Shipped on Board B/L*

B/L yang dikeluarkan jika perusahaan perkapalan yang bersangkutan mengakui bahwa barang-barang yang akan dikirim telah benar-benar dimuat atau berada diatas kapal.

3. *Short Form B/L*

B/L yang berisi tentang catatan singkat mengenai barang yang dikapalkan (tidak termasuk syarat-syarat pengangkutan).

4. *Long Form B/L*

B/L yang berisi seluruh syarat-syarat pengangkutan dengan terperinci.

5. *Through B/L*

B/L yang dikeluarkan jika terjadi *transshipment* karena jasa langsung ke pelabuhan tujuan tidak tersedia.

6. *Combined Transport B/L*

B/L yang dipakai ketika terjadi *transshipment*, kemudian dilanjutkan dengan pengangkutan darat.

7. *Charter Party B/L*

B/L yang dipakai jika pengangkutan barang memakai sewa borongan sebagian/sebuah kapal (*charter*).

8. *Liner B/L*

B/L yang dikeluarkan bagi pengangkutan barang dengan kapal yang telah mempunyai jalur persinggahan dan perjalanan yang memiliki jadwal dengan baik.

Kondisi B/L

Kondisi suatu B/L dapat dibagi atas beberapa kategori sesuai keadaan barang yang diterima untuk dimuat, antara lain:

1. *Clean B/L*

Pada B/L ini tidak tercantum catatan-catatan mengenai kekurangan-kekurangan tentang barang, serta memberitahukan bahwa barang

yang dimuat dalam keadaan lengkap dan baik atau tidak ada cacat. Pada B/L tersebut berisi kata-kata : “*Shipped in apparent good order and conditions on board*”

2. Unclean B/L

Pada B/L ini tercantum catatan tentang barang yang tidak sesuai dengan syarat-syarat L/C, dan terdapat kerusakan pada barang. Umumnya catatan tersebut mengandung kata-kata: *unprotected, old gunny bag, stained case, straw wrapped only*, dan lain-lain.

3. Stale B/L

B/L yang belum sampai kepada agen atau *consignee*, saat kapal pembawa barang-barang telah tiba di pelabuhan tujuan. Jika barang-barang tidak diambil di pelabuhan tujuan, maka masalah yang timbul antara lain:

- a. Kemungkinan pencurian dan pencurian kecil-kecilan (*pilferage*).
- b. Penalti yang menjadi beban pengusaha pelabuhan tiap hari (biaya *demurrage*).
- c. Kerusakan-kerusakan barang.
- d. Penjualan melalui lelang umum.

Oleh sebab itu *Stale B/L* dapat dihindarkan melalui cara berikut ini:

- a. Memberi izin pengiriman B/L langsung kepada pembeli tanpa lewat Bank.
- b. Memberi izin pengiriman B/L langsung kepada agen di negara pembeli.
- c. Memberi izin pengiriman B/L langsung kepada kapal pengangkut.

Penanganan B/L

Berikut adalah berapa hal yang perlu diperhatikan dalam menangani penerimaan B/L khususnya oleh petugas Bank yang terkait didalamnya antara lain:

- a. B/L harus diterima langsung dari maskapai pengangkutan atau pengapalan yang menerbitkannya.
- b. Pada B/L harus disebutkan nama dan alamat *consignee*, eksportir, *order* dari Bank devisa yang meregister.
- c. Penandatanganan B/L oleh pejabat yang berhak menandatangani, *specimen* tanda tangan telah ada pada Bank.
- d. B/L harus dicocokkan dengan *Invoice* dan L/C dalam hal:
 1. Nomor dan tanggal L/C serta nama Bank pembuka L/C
 2. Nama, jumlah dan ukuran barang
 3. Pelabuhan pengiriman
 4. Pelabuhan tujuan
 5. Pihak pengirim dan penerima
- e. Bank harus dapat membedakan dan mengenal syarat-syarat B/L yang dapat diterima dari jenis-jenis pernyataan dalam B/L yang ada, antara lain:
 1. *Shipped on Board B/L*: dapat diterima
 2. *Received for Shipment*: tidak dapat diterima dan harus minta *L/C amendment*
- f. Bank tidak dibenarkan menerima atau menegosiasi *Unclean B/L* kecuali syarat L/C tegas-tegas mengizinkannya.
- g. Tanggal B/L tidak boleh melewati batas tanggal pengapalan terakhir.
- h. B/L harus cocok dengan L/C tentang pelaksanaan pembayaran *freight (prepaid, payable at destination atau collect)*.

- i. Dalam hal ekspor dilakukan dengan *transshipment*, harus diteliti apakah:
 1. Diminta *through* B/L dengan *second carrier endorsement* atau cukup dengan *through* B/L tanpa *second carrier endorsement*.
 2. Diminta B/L *issued by second carrier* (hanya diperbolehkan bagi pelaksanaan *transshipment* di dalam negeri, kecuali ada perubahan peraturan).

Dokumen pendukung produk ekspor

1. Daftar Pengepakan (*Packing List*)

Daftar Pengepakan merupakan dokumen yang dibuat eksportir yang menjelaskan uraian dari barang-barang yang dibungkus, dipak, atau diikat dalam peti, dan umumnya dibutuhkan Bea cukai untuk memudahkan dalam pemeriksaan. Uraian tentang barang tersebut mencakup cara mengemas dan jenis bahan pembungkusnya. Importir atau pemeriksa barang dengan adanya *packing list* ini, maka tidak keliru dalam memastikan isinya. Nama dan uraian barang harus sesuai seperti tercantum dalam *commercial invoice*.

2. Surat Keterangan Asal (*Certificate Of Origin*)

SKA adalah surat pernyataan yang ditandatangani untuk membuktikan asal dari suatu barang, dipakai untuk memperoleh fasilitas bea masuk atau menjadi alat penghitung kuota di negara tujuan, dan untuk mencegah masuknya barang dari negara terlarang. Pada surat keterangan ini menjelaskan negara asal dari produk yang diekspor, dan umumnya diminta dalam syarat-syarat kontrak dan atau L/C. Untuk komoditi ekspor Indonesia, ada beberapa ketentuan yang mengatur SKA, dimana surat keputusan ini dilengkapi keputusan sebagai pelaksanaan dari ketentuan tentang pengeluaran SKA. Untuk kepentingan mengekspor

komoditas pertanian ke manca negara atau Kantor Departemen Perdagangan dan Kantor Wilayah Departemen Perdagangan maka SKA dikeluarkan oleh Pusat Karantina Pertanian.

3. Surat Keterangan Pemeriksaan (*Certificate Of Inspection*)

SKP adalah keterangan mengenai keadaan barang yang dimuat oleh juru pemeriksa barang, *independent surveyor*, atau badan resmi yang disahkan oleh pemerintah, yang dikenal oleh dunia perdagangan internasional. Memiliki fungsi sebagai jaminan atas jumlah dan mutu barang, keadaan barang, ukuran dan berat barang, pengepakan barang, dan banyaknya isi pengepakan. Berdasarkan pemeriksaan kualitatif dan analitis, maka laporan dibuat didasarkan pada pemeriksaan *sampling 2%* dari berat yang sebenarnya, dan merupakan dokumen yang disyaratkan L/C.

4. Sertifikat Mutu (*Certificate Of Quality*)

Sertifikat Mutu adalah keterangan yang dibuat sehubungan dengan hasil analisis barang-barang pada badan penelitian independen atau di laboratorium perusahaan yang terkait mutu barang yang diperdagangkan. Di Indonesia dalam hubungannya dengan hal tersebut maka berlaku peraturan yang mewajibkan standarisasi dan pengendalian mutu bagi barang-barang ekspor, yakni menerbitkan sertifikat mutu (*certificate of quality*). Eksportir wajib memiliki sertifikat ini untuk keperluan perdagangan, jika diminta oleh pembeli.

5. Sertifikat Mutu Dari Produsen (*Manufacture's Quality Certificate*)

Sertifikat Mutu ini adalah dokumen yang dibuat oleh pabrik pembuat barang yang diekspor, atau produsen, atau *supplier* yang menjelaskan mutu dari barang-barang, termasuk tentang baru atau tidaknya barang, dan pemenuhan standar barang yang ditetapkan. Pada dokumen ini juga menjelaskan keterangan tentang barang

yang diproduksi oleh produsen dengan merek dagangnya (*trade mark*).

6. Keterangan Timbangan (*Weight Note*)

Keterangan Timbangan adalah catatan yang tentang perincian berat dari tiap-tiap kemasan barang sesuai pada *commercial invoice*. Keterangan berat atas dasar suatu L/C dari barang-barang yang dikapalkan, harus sesuai yang tercantum pada dokumen-dokumen pengapalan. Disamping untuk mengetahui berat barang, dokumen ini dibutuhkan dalam persiapan alat-alat pengangkutan barang ketika pemeriksaan barang.

7. Daftar Ukuran (*Measurement List*)

Merupakan daftar tentang takaran dan ukuran dari tiap-tiap kemasan contoh tebal, panjang, garis tengah serta volume barang. Ketentuannya bahwa ukuran pada dokumen ini harus sesuai dengan syarat-syarat yang tercantum dalam L/C. Untuk menghitung biaya angkut atau keperluan persiapan barang, maka diperlukan volume pengepakan setiap barang.

8. Analisa Kimia (*Chemical Analysis*)

Laboratorium kimia mengeluarkan pernyataan tentang komposisi kimiawi dari suatu barang. Pada dokumen ini dijelaskan mengenai proporsi dan bahan-bahan, serta kandungan bahan yang berada dalam barang yang pemeriksaannya diharuskan. Penelitian tersebut dilaksanakan oleh badan analisa bahan-bahan kimia, dan obat-obatan.

9. Wesel (*Bill Of Exchange*)

Wesel adalah sebuah alat pembayaran yang memberikan perintah yang tidak bersyarat dengan bentuk tertulis, yang ditujukan oleh seseorang kepada orang lain.

Berikut adalah pihak-pihak yang terkait dalam wesel, yaitu:

- a. *drawer* = yang menandatangani wesel (penarik)

- b. *drawee* = yang membayar (tertarik)
- c. *payee* = yang menerima pembayaran
- d. *endorsee* = pihak yang menerima perpindahan/pengalihan wesel

Jangka waktu pembayaran dalam sebuah wesel dikenal dengan istilah *tenor* wesel, yakni jangka waktu dimana sebuah wesel dapat dibayarkan yang tercantum pada setiap wesel. Dalam sebuah wesel, tenor dibagi atas:

a. *Sight draft*

Merupakan wesel yang dibayar pada saat diminta pembayarannya atau pada saat diperlihatkan.

b. *Time (term/usance) draft*

Merupakan wesel berjangka yang sistem pembayarannya setelah beberapa waktu kemudian, dibedakan atas: *time date draft* (wesel yang pembayarannya harus dibayar pada tanggal tertentu yang telah ditentukan, contohnya 30 hari setelah pengapalan), dan *time sight draft* (wesel yang pembayarannya harus dilaksanakan pada waktu tertentu, setelah wesel diterima atau diajukan).

BAB XI

MEMUAT PRODUK EKSPOR KE DALAM PETI KEMAS

11.1 Menyiapkan pemuatan produk ekspor ke dalam peti kemas (*container*)

Pemerintah memberikan perhatian serius untuk membangun sistem logistik yang efektif dan efisien seperti tertuang dalam Paket Kebijakan Ekonomi XV Tahun 2017 dan Cetak Biru Sistem Logistik Nasional (Sislognas) Tahun 2012. Dengan adanya sistem logistik ini maka dapat meningkatkan daya saing lokal ditingkat global, sehingga kesejahteraan bagi masyarakat akan meningkat. Di setiap negara aktivitas logistik mempunyai kesamaan, tetapi berbeda pada setiap proses yang dilewatinya, tergantung dari budaya masyarakat, regulasi, dan teknologi. Pengertian yang komprehensif dan detail pada proses logistik perlu dipahami pihak yang terkait, sehingga sistem logistik yang dibangun dapat terwujud sesuai dengan keunikan yang ada.

Terminal peti kemas yang berada di pelabuhan, dengan maksimal berusaha memberikan layanan logistik. Pada perdagangan antar negara, penggunaan peti kemas terus meningkat dengan luar biasa. Setiap negara berusaha dengan baik untuk membangun terminal peti kemas modern dengan otomatisasi sistem, peralatan mutakhir, layanan operasional yang cepat, peralatan keamanan yang canggih, dan sumber daya manusia yang ahli di bidangnya. Kelancaran arus peti kemas di pelabuhan menjadi salah satu faktor pendukung berkembangnya suatu daerah, yang secara langsung dapat memberi dampak positif bagi perkembangan perekonomian daerah atau wilayah setempat.

11.1.1 Menyiapkan produk ekspor dan kemasannya yang akan dimuat

Sebagai tempat transit antar moda kapal dan truk peti kemas, maka terminal peti kemas melaksanakan aktivitas operasional atau *container terminal operation*, antara lain: *stevedoring*, *cargodoring*, dan *receiving/delivery*. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 20 Tahun 2010 tentang Angkutan Perairan, berikut penjelasan dari masing-masing proses, yaitu:

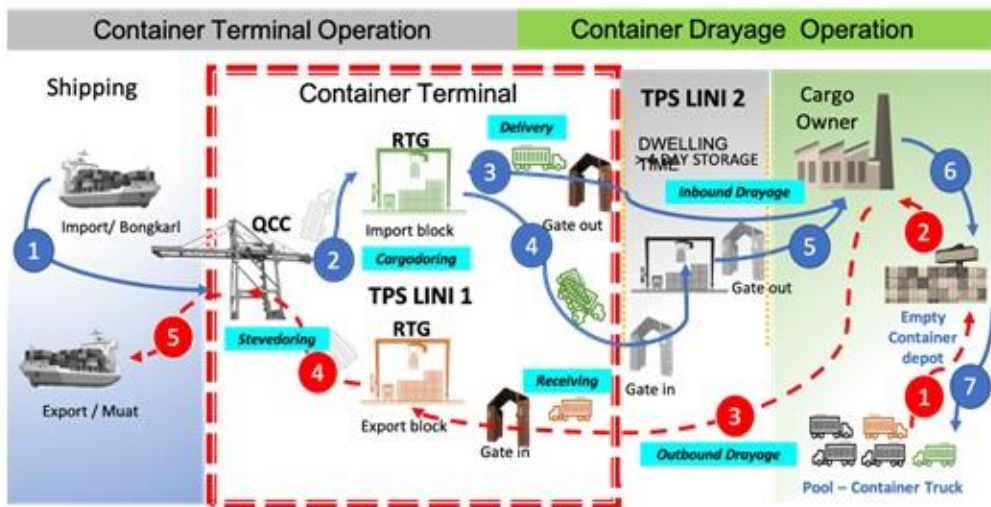
1. *Stevedoring*: pekerjaan membongkar barang dari kapal ke dermaga/ tongkang/truk atau memuat barang dari dermaga/tongkang/ truk ke dalam kapal sampai dengan tersusun dalam palka kapal dengan memakai derek kapal atau derek darat.
2. *Cargodoring*: kegiatan di dermaga dengan cara pelepasan barang dari *tackle* (tali/jala-jala), dan pengangkutan barang dari gudang/lapangan penumpukan ke dermaga atau sebaliknya.
3. *Receiving/delivery*: aktivitas/kegiatan perpindahan barang yang ditimbun di gudang/lapangan/tempat penumpukan dan peletakan hingga tersusun diatas kendaraan di pintu tempat penumpukan/ gudang atau sebaliknya.

Selanjutnya logistik peti kemas dengan moda transportasi darat baik itu truk maupun kereta api yang dikenal dengan istilah *container drayage operation*, pada operasi ini truk akan melalui beberapa titik pemberhentian antara lain: pabrik (*factory*), terminal peti kemas (*container terminal*), depo peti kemas kosong (*empty container depot*), dan garasi truk peti kemas (*pool*). Berdasarkan arahnya, operasional truk peti kemas *drayage* dapat digolongkan menjadi dua kelompok, antara lain:

1. Peti kemas yang telah dikirim dari daerah atau negara lain ke terminal untuk selanjutnya dikirim ke pemilik barang atau pabrik disebut *inbound* (misal: impor)

2. Sebaliknya, peti kemas yang harus diambil di lokasi pemilik barang dan kemudian dikirim ke terminal peti kemas untuk transportasi lebih lanjut disebut (misal: ekspor)
3. Pada pelabuhan Tanjung Priok, alur logistik peti kemas melalui proses *container terminal operation* dan *container drayage operation* dapat dilihat pada gambar 11.1 berikut.

Gambar 11.1 Alur Logistik Peti Kemas



Sumber: laporan akhir Penelitian Potensi Bisnis pelabuhan di Indonesia untuk BRI (2018)

Pihak-pihak yang terkait dalam alur logistik peti kemas antara lain: agen pelayaran, operator terminal peti kemas, perusahaan truk, pengelola gudang penyangga (depo dan TPS), perusahaan Pengurusan Jasa Kepabeanan (PPJK), perusahaan *freight forwarder*, dan unsur pemerintah terkait (karantina, bea cukai, dan lain-lain).

11.1.2 Menetapkan jadwal kapal

Jadwal Kapal dan Keberangkatan Kapal Menurut SK 73/AP005/DRJD/2003 tentang Persyaratan Pelayanan Minimal Angkutan Penyebrangan Pasal 9 jadwal kapal pada lintas penyebrangan terdiri dari:

- (a) Jadwal perjalanan kapal, merupakan jadwal kapal untuk melakukan operasi yang sekurang-kurangnya meliputi penetapan waktu keberangkatan dan waktu kedatangan terdiri dari jam, hari, bulan dan tahun serta lokasi dermaga keberangkatan dan dermaga kedatangan. Waktu keberangkatan merupakan waktu kapal meninggalkan dermaga dan waktu kedatangan merupakan waktu kapal merapat di dermaga untuk melakukan kegiatan bongkar/muat.
- (b) Jadwal siap operasi (*stand by*), merupakan jadwal kapal cadangan untuk siap operasi memberikan bantuan pelayanan angkutan apabila jumlah kapal yang beroperasi berkurang akibat rusak, *docking*, atau hal-hal lainnya atau siap operasi evaluasi penyelamatan/pertolongan kecelakaan kapal. Kapal cadangan dalam jadwal siap operasi (*stand by*) harus dapat dioperasikan dalam waktu tidak lebih dari 2 (dua) jam setelah mendapat perintah operasi dari pejabat yang menetapkan jadwal.
- (c) Jadwal istirahat (*off*), merupakan jadwal istirahat operasi kapal pada lintas penyebrangan yang merupakan kapal cadangan.
- (d) Jadwal *docking*, merupakan jadwal kapal untuk *docking* guna menjalani perawatan dan harus mengikuti penetapan dari pejabat yang mempunyai kewenangan di bidang kelaikan kapal.

Pada pasal 10 persyaratan pelayanan pemenuhan jadwal kapal terdiri dari:

- (a) Pemenuhan jadwal perjalanan kapal, ditentukan berdasarkan pemenuhan jadwal waktu (*time table*) yang telah ditetapkan oleh

- pejabat yang menetapkan jadwal kapal dan pemenuhan hari operasi berdasarkan jumlah hari operasi dan jumlah trip yang harus dilayani.
- (b) Pemenuhan jadwal siap operasi (*stand by*), ditentukan berdasarkan pernyataan siap operasi dari operator kapal dan dapat dioperasikan bila diperintahkan.
 - (c) Pemenuhan jadwal istirahat (*off*), ditentukan berdasarkan laporan operator kapal dan keberadaan kapal yang anker di kolam pelabuhan pada lintas penyeberangan yang dilayani.
 - (d) Pemenuhan jadwal *docking*, ditentukan oleh adanya pekerjaan *docking* kapal berdasarkan penetapan jadwal dari pejabat yang mempunyai kewenangan di bidang kelaikan kapal.

Waktu Sandar Kapal (*Berthing Time*), menurut Direktorat Jenderal Perhubungan Laut (2017), *Berthing Time* adalah jumlah jam selama kapal berada di tambatan sejak tali pertama (*first line*) diikat di dermaga sampai tali terakhir (*last line*) dilepaskan dari dermaga.

Menurut Rizki Abrianto (2017), *Berthing Time* adalah waktu kapal selama berada di tambatan, dihitung sejak kapal ikat tali sampai dengan selesai lepas tali. BT terdiri dari dua komponen yaitu *Berth Working Time* (BWT) dan *Not Operation Time* (NOT). Dari definisi-definisi diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa *Berthing Time* adalah jumlah jam selama kapal di tambatan sejak tali pertama diikat di dermaga sampai dengan lepas tali terakhir dilepaskan dari dermaga.

Faktor-Faktor yang mempengaruhi *Berthing Time* atau waktu sandar kapal adalah:

- (1) *Man power* (kedisiplinan, kerjasama, penempatan posisi kerja, jumlah tenaga kerja bongkar muat, kompetensi).
- (2) Fasilitas (standarisasi pelabuhan, daya tampung dermaga, *back up area*).
- (3) *Machines* (kesiapan alat, kelengkapan alat penunjang, jumlah alat).

- (4) *Materials* (ketepatan waktu, jumlah armada, kapasitas muat, kondisi armada).

Waktu Tunggu Kapal *atau* dikenal dengan *Waiting Time* ialah waktu tunggu untuk melakukan aktivitas/kegiatan dilokasi area perairan pelabuhan, untuk memperoleh pelayanan sandar di pelabuhan atau dermaga, guna melaksanakan aktivitas muat dan bongkar barang. Indikator kinerja pelayanan yang berhubungan dengan jasa pelabuhan antara lain:

- (1) *Approach Time* (AT) dikenal dengan waktu pelayanan pemanduan: jumlah waktu terpakai untuk pergerakan kapal dari lokasi lego jangkar sampai ikat tali di tambatan.
- (2) *Effective Time* (ET) dikenal dengan waktu efektif: jumlah waktu efektif yang dipakai untuk melaksanakan kegiatan bongkar muat selama kapal di tambatan.
- (3) *Idle Time* (IT): waktu tidak produktif atau tidak efektif atau terbuang selama kapal berada di tambatan, karena pengaruh cuaca dan peralatan bongkar muat yang rusak.
- (4) *Not Operation Time* (NOT) dikenal dengan waktu jeda: waktu berhenti yang direncanakan selama kapal di pelabuhan (persiapan sebelum dan istirahat kerja).
- (5) *Berth Time* (BT) dikenal dengan waktu tambat: sejak *first line* sampai dengan *last line*.
- (6) *Berth Occupancy Ratio* (BOR) dikenal dengan tingkat pemakaian dermaga: perbandingan antara dermaga siap operasi (waktu yang tersedia) dengan waktu pemakaian dermaga, pada periode waktu tertentu (dalam prosentase).
- (7) *Turn around Time* (TRT): waktu kedatangan kapal di dermaga berlabuh jangkar dan waktu keberangkatan kapal setelah melaksanakan aktivitas/kegiatan bongkar muat barang (TA s/d TD).

- (8) *Postpone Time* (PT): waktu tunggu karena pengurusan dokumen atau administrasi di pelabuhan.
- (9) *Berth Working Time* (BWT): waktu untuk aktivitas/kegiatan bongkar muat selama kapal berada di dermaga/tambatan. (Johny Malisan, 2017)

Kegiatan bongkar kapal

1. Proses Sandar kapal

- Bagian perencanaan kapal menyiapkan *berthing window* yang menggambarkan pelayanan kapal, dan pengalokasian waktu per minggu sesuai kesiapan dermaga, yang mengacu pada *berthing contract* yang didapat dari bagian pemasaran.
- Bagian perencanaan menyiapkan *berthing plan* guna alokasi dermaga berdasarkan *berthing window*, dan sesuai data yang diterima dari perusahaan pelayaran/*shipping line*.
- Agen/perusahaan pelayaran memberitahukan rencana kedatangan kapal ke bagian terminal peti kemas, maksimal 1x24 jam sebelum kapal tiba.

2. Dokumen permohonan bongkar/muat:

- CVIA yaitu *Container Vessel Identification Advice*, merupakan informasi tentang rencana kegiatan kapal di terminal.
- Edi Baplie, merupakan data yang menginformasikan posisi peti kemas di atas kapal.
- *List container special handling*.
- *Ship particular* (data kapal).
- *General stowage* (gambar *stowage* kapal).

3. Bagian perencanaan membuat *berthing plan* guna alokasi dermaga mengacu kepada *berthing window* dan sesuai data yang diterima dari *shipping line* atau perusahaan pelayaran.

4. Rapat kapal (dilakukan 8 jam sebelum kapal sandar), membahas aktivitas di terminal peti kemas oleh bagian perencanaan tentang urutan penyandaran kapal sesuai *master cable* dengan prioritas utama dan *weekly ship's schedule*.
 - Penentuan *Estimate Time Departure* (ETD) dan *Estimate Time Berthing* (ETB).
 - Posisi sandar kapal, posisi kade meter tempat sandar.
 - Jumlah peti kemas yang akan dibongkar/muat.
 - Jumlah *restorage* dan *special cargo* (bila ada).
 - Kesiapan dan kebutuhan lapangan penumpukan.
 - Kesiapan dan kebutuhan peralatan bongkar/ muat.
 - Penetapan waktu *closing time*.
 - Permintaan tenaga kerja bongkar muat (TKBM).
5. Rencana Penyandaran Kapal dan Operasi (RPKOP) dan Rencana Kerja Bongkar Muat (RKBM) didaftarkan oleh *shipping lines* pada sistem Inaportnet untuk memperoleh ijin sandar dan pelayanan kepanduan.
6. Terminal selaku perusahaan bongkar muat juga meng rencana penyandaran dan rencana kerja bongkar muat di Inaportnet sesuai data yang dimasukkan oleh *shipping lines*.
7. Pihak kepanduan akan melaksanakan pemanduan dan penarikan kapal tersebut untuk dilakukan penyandaran di kade yang sudah ditentukan.
8. Kapal siap bongkar.
9. Kegiatan bongkaran/impor (*stevedoring & cargodoring*)
 - Dokumen hasil rapat kapal diterima oleh bagian perencanaan kapal selanjutnya diposting data EDI/Baplie peti kemas impor, menyiapkan *crane working program* (CWP), hasil *posting profile* dicetak, *bay plan* bongkar, dan *crane working program* untuk aktivitas bongkar.

- Pengendalian operasi menerima *copy bayplan* bongkar untuk *monitoring* kegiatan bongkar sesuai dengan CWP.
- Bagian lapangan mempelajari dan menerima dokumen (*crane working program/CWP*, *bay plan*, dan profil bongkar) selanjutnya menyiapkan peralatan dan personil, serta memberi informasi ke pengendalian.
- Pembongkaran peti kemas dilakukan oleh operator *Quay Container Crane* (QCC) berdasarkan CWP dan urutan bongkar pada BP, pengkoordinasian antara operator *assistant* di kapal (solo), dan operator *assistant* di dermaga (*whiskey*). Pengecekan segel dan kondisi peti kemas dilakukan *whiskey*, menyiapkan *container damage report* (CDR) jika ada kerusakan, dan melakukan *update* peti kemas ke sistem.
- Jika terjadi masalah maka operator *rubber tyred gantry* (RTG) dan pengawas lapangan memberikan informasi kepada pengendalian.
- Operator RTG melakukan penumpukan peti kemas dilapangan, dengan pengawasan oleh pengendalian melakukan *update* peti kemas ke dalam sistem.
- Laporan hasil kegiatan operasi *time sheet* dan per *shift* yang telah dilakukan verifikasi oleh petugas yang berwenang disampaikan ke staf operasi guna dibuatkan laporan hasil kerja.
- Pembuatan RBM.
- Pembuatan *invoice*.

11.1.3 Melakukan koordinasi dengan *surveyor* untuk menginspeksi produk ekspor

Banyak pihak-pihak yang berkaitan dalam aktivitas ekspor impor, diantaranya adalah *surveyor*. Dalam perdagangan ekspor impor, *surveyor* memiliki tugas memastikan kondisi (kualitas dan kuantitas) barang sesuai

dengan yang diminta oleh pihak-pihak yang berkepentingan dengan cara melakukan inspeksi dan kemudian menerbitkan sertifikat. Perusahaan *Surveyor* di Indonesia yang cukup populer salah satunya adalah SUCOFINDO. Hal ini berlaku hanya untuk barang yang perlu di inspek sesuai peraturan atau sesuai permintaan pembeli.

Banyak ketentuan pembatasan barang impor atau ekspor yang dikeluarkan oleh Kementerian Perdagangan yang mensyaratkan adanya verifikasi atau penelusuran teknis oleh *surveyor*. *Surveyor* merupakan perusahaan *survey* yang mendapat otorisasi dari Kementerian Perdagangan (ditunjuk oleh Kementerian Perdagangan) untuk melakukan verifikasi atau penelusuran teknis terhadap barang impor maupun ekspor.

Hasil penelusuran teknis yang dilakukan oleh *Surveyor* dituangkan dalam Laporan *Surveyor* (LS) yang biasanya dipersyaratkan sebagai dokumen pelengkap Pemberitahuan Impor Barang (PIB) atau Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB). Kegiatan verifikasi yang dilakukan oleh *Surveyor* ini tentu membutuhkan biaya. Di dalam ketentuan pembatasannya, biaya penelusuran teknis ini ada yang dikenakan kepada importir/eksportir ada juga yang dibiayai negara. Beberapa pemeriksaan yang dilakukan oleh *Surveyor* dalam rangka penelusuran teknis juga biasa dilakukan oleh Pejabat Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC). Jadi bisa saja terhadap barang yang sama dilakukan pemeriksaan dua kali.

Pembatasan impor atau ekspor yang mensyaratkan adanya verifikasi atau penelusuran teknis oleh *surveyor* dalam ketentuannya harus dilakukan oleh *surveyor* yang ditunjuk oleh Kementerian Perdagangan. Untuk dapat ditunjuk sebagai *surveyor* yang melakukan tugas penelusuran teknis, secara umum harus memenuhi persyaratan: memiliki Surat Izin Usaha Jasa Survey, berpengalaman sebagai *surveyor* minimal 5 (lima) tahun, dan memiliki cabang atau perwakilan atau afiliasi di luar negeri.

Surveyor punya kewajiban untuk melaporkan secara tertulis atas hasil verifikasi atau penelusuran teknis yang dilakukan kepada Direktur Jenderal Perdagangan Luar Negeri, Kementerian Perdagangan. Sanksi berupa pencabutan izin penetapan sebagai *surveyor* atas barang yang ditetapkan, akan diberlakukan jika *surveyor* tidak melaksanakan kewajiban pelaporan tersebut dan/atau melakukan pelanggaran dalam pelaksanaan kegiatan verifikasi atau penelusuran teknis.

Berdasarkan berbagai ketentuan pembatasan yang diterbitkan oleh Kementerian Perdagangan, *surveyor* dibebani tugas melakukan penelusuran teknis untuk impor/ekspor barang berupa: impor Tekstil dan Produk Tekstil (TPT), impor Nitro Cellulose, impor gula, impor garam, impor beras, impor/ekspor prekursor, impor cakram optik, impor keramik, impor mesin multifungsi, mesin fotokopi berwarna dan printer berwarna, impor limbah non B3, impor produk tertentu, impor besi baja, impor kaca lembaran, impor Bahan Berbahaya (B2), impor ban, impor Bahan Perusak Lapisan Ozon (BPO), impor hortikultura, impor *handphone/ handheld/ tablet*, impor semen clinker dan semen, impor baja paduan, ekspor timah, ekspor batubara dan impor barang berbasis mesin pendingin.

Berdasarkan ketentuan pembatasan impor/ekspor, verifikasi oleh *surveyor* dilakukan di negara muat. Jenis pemeriksaan yang harus dilakukan oleh *surveyor* dalam rangka verifikasi atau penelusuran teknis secara umum meliputi:

1. Negara dan pelabuhan muat
2. Waktu pengapalan
3. Pelabuhan tujuan
4. Pos tarif (level 10 digit) dan uraian barang
5. Identitas (nama dan alamat) importir dan eksportir dengan jelas
6. Jumlah/volume atau berat barang, jenis barang
7. Spesifikasi teknis
8. Data atau keterangan mengenai negara asal barang

9. Asal produk (batubara) atau asal bijih yang menjadi bahan baku
10. Jumlah cadangan bahan baku yang sedang dalam tahap pengolahan dan pemurnian (misalnya untuk ekspor timah)
11. Komposisi kimia (misalnya untuk ekspor prekursor atau timah)
12. Bukti pembayaran iuran produksi/royalti yang dikaitkan dengan jumlah barang yang diekspor (ekspor timah, ekspor batubara)
13. Pemeriksaan dan penelitian terhadap data atau keterangan tentang keabsahan administrasi dan wilayah asal batubara dan produk batubara

Tidak setiap jenis pemeriksaan tersebut di atas dilakukan terhadap barang wajib verifikasi, namun jenis pemeriksaan akan berbeda tiap barang. Untuk teknik pelaksanaan penelusuran yang dilakukan, *surveyor* dapat meminta imbalan jasa dari importir yang nilainya ditentukan dengan mempertimbangkan azas manfaat. Namun demikian, beban biaya yang ditimbulkan atas pelaksanaan verifikasi batubara yang dilakukan oleh *surveyor*, dalam ketentuan pembatasannya, dibebankan pada anggaran negara, dengan catatan jika dana belum tersedia, biaya tersebut dibebankan kepada eksportir berdasarkan azas manfaat.

Surveyor menuangkan hasil verifikasi dalam Laporan *Surveyor* (LS) sebagai dokumen pelengkap pabean dalam penyelesaian kepabeanan di Bea dan Cukai. Dalam melaksanakan tugasnya, *Surveyor* harus dapat memastikan bahwa barang yang diverifikasi (diekspor/diimpor) sesuai dengan yang tercantum dalam LS.

11.1.4 Peralatan dan kelengkapan peti kemas, pallet, plastik dan pelapis lainnya yang diperlukan

Dalam kebutuhan logistik, khususnya untuk proses impor dan ekspor, penggunaan peti kemas sangat diperlukan dalam proses pendistribusian yang menggunakan sarana kapal laut, pesawat udara,

maupun truk. Jadi dapat dikatakan bahwa dalam setiap kegiatan distribusi yang membutuhkan jumlah besar dan membutuhkan perjalanan yang jauh, maka peti kemas menjadi pilihan utama.

Di zaman modern ini, sekarang peti kemas lebih dikenal sebagai sebuah peti yang berbahan dasar logam dengan beberapa ukuran standar tertentu, dan berfungsi sebagai sebuah media untuk pemuatan barang dan pendistribusian barang yang berguna untuk memudahkan mobilitas. Dan saat ini pengertian kontainer telah ditetapkan secara internasional oleh *Customs Convention on Container* yang telah di deklarasikan sejak tanggal 2 Desember 1972 di Geneva, Swiss. Dan menurut kesepakatan tersebut, definisi peti kemas yang ditentukan adalah:

- Harus berbentuk permanen serta kokoh dan mampu digunakan secara berulang kali sebagai pengangkutan barang.
- Beberapa bagian atau seluruhnya harus tertutup, dan berbentuk peti maupun kerat untuk menyimpan barang yang diangkut.
- Telah didesain secara khusus untuk mempermudah mobilitas pengangkutan tanpa harus membongkar isi muatan peti tersebut.
- Selalu dilengkapi dengan beberapa perangkat untuk memudahkan proses pemindahannya dari satu transportasi ke transportasi lainnya.
- Dibuat khusus agar dapat dengan mudah diisi ataupun dikosongkan.
- Memiliki isi dengan kapasitas tertentu yakni sebesar satu meter kubik atau di atasnya.
- Peti kemas biasanya berbahan khusus seperti baja, aluminium, fiber glass, yang telah dilengkapi dengan pintu dan dapat dikunci dari luar.
- Peralatan atau perlengkapan lain dapat diangkut bersama-sama dengan kontainer lainnya.

Jenis-jenis Peti Kemas Standar ISO, *International Standard Organization* membagi jenis Peti kemas dalam beberapa golongan yaitu:

1. *General Cargo Container* adalah peti kemas yang digunakan untuk pengangkutan muatan umum (*general cargo*). Peti kemas *general cargo* antara lain:
 - a. *General purpose Container*
 - b. *Open Side Container*
 - c. *Open Top Container*
 - d. *Ventilated Container*
2. *Thermal Container* adalah peti kemas yang memiliki pengatur suhu. Peti kemas *thermal* antara lain:
 - a. *Insulated Container*
 - b. *Reefer Container*
 - c. *Heated Container*
3. *Tank Container* adalah *tank* yang ditempatkan dalam kerangka peti kemas yang dipergunakan untuk muatan, baik muatan cair (*bulk liquid*) maupun gas (*bulk gas*).
4. *Dry bulk Container* adalah *general purpose container* yang dipergunakan khusus untuk mengangkut muatan curah (*bulk cargo*).
5. *Platform Container* adalah peti kemas yang terdiri atas lantai dasar, yang termasuk dalam kelompok ini antara lain:
 - a. *Flat rack Container*
 - b. *Platform based Container*.
6. *Collapsible Container* adalah peti kemas yang dibuat khusus untuk muatan tertentu, contoh peti kemas untuk muatan ternak (*cattle container*) atau muatan kendaraan (*auto container*).
7. *Air Mode* adalah peti kemas yang dibuat khusus dan dipakai oleh pesawat terbang yang berbadan besar guna pengangkutan barang-barang penumpang atau *air cargo* melalui udara.

Selain peti kemas ada beberapa kemasan lain yang sering digunakan dalam hal logistik dan pendistribusian barang atau produk seperti pallet. Pabrik pallet memproduksi pallet plastik berbagai macam tipe dan ukuran yang sangat dibutuhkan dalam kebutuhan logistik sebuah perusahaan, kini pallet tidak lagi terbuat dari kayu bisa dan lebih bagus menggunakan pallet yang dapat lebih tahan lama dan kuat dibandingkan dengan pallet kayu yang mudah di serang rayap. Pallet jenis plastik yang dibuat oleh pabrik pallet ini dilihat juga dapat memenuhi unsur estetika untuk dijadikan alas pajangan langsung sebuah produk yang akan dijual.

Fungsi dari pallet plastik salah satunya adalah untuk menahan beban logistik yang memiliki berat bervariasi, pallet plastik ini merupakan salah satu jenis pallet yang digunakan untuk alas penyimpanan logistik dengan beban yang tidak terlalu berat. Menyediakan pallet plastik berkualitas melalui pabrik pallet yang ada di Indonesia ini, mengingat perkembangan manufaktur saat ini membuat permintaan akan pallet juga meningkat untuk memenuhi kebutuhan logistik. Baik digunakan untuk pendistribusian barang, jasa *cargo* barang, dan juga untuk menaruh barang di gudang. Biasanya plastik pallet ini digunakan untuk membantu kegiatan operasional di pergudangan, pabrik, maupun industri lainnya yang membutuhkan pallet untuk pengirimannya. Pallet jenis ini kuat dan tahan lama, karena terbuat dari bahan plastik tidak seperti pallet yang berbahan kayu yang bisa rusak karena rayap.

11.2 Memperhitungkan kuantitas produk ekspor yang akan dimuat Ukuran, daya muat peti kemas dan perhitungan kubikasi

Peti kemas pada mulanya diangkut dengan memakai kapal tanker. Peti kemas masuk ke dalam rute perdagangan internasional di tahun 1960, diangkut kapal kargo dari New York ke Venezuela.

Peti kemas memiliki bermacam ukuran yang dilihat pada gambar 11.2. Peti kemas memiliki karakteristik kuat, tahan terhadap cuaca, dan

dapat digunakan berulang-ulang dengan bongkar muat yang cepat dan jaminan *safety* yang luar biasa, serta saat ini untuk kemudahan pengawasan (*tracer*) dilengkapi dengan *electronic seal*. Sistem yang dipakai pada peti kemas memungkinkan untuk melaksanakan pengangkutan dengan sistem *door to door*.

Gambar 11.2 Ukuran Peti Kemas

		Peti kemas 20 kaki		Peti kemas 40 kaki		Peti kemas 45 kaki	
		inch	metrik	inch	metrik	inch	metrik
dimensi luar	panjang	20'0"	6,058 m	40' 0"	12,192 m	45' 0"	13,716 m
	lebar	8' 0"	2,438 m	8' 0"	2,438 m	8' 0"	2,438 m
	tinggi	8' 6"	2,591 m	8' 6"	2,591 m	9' 6"	2,896 m
dimensi dalam	panjang	18' 10 ⁵ / ₁₆ "	5,758 m	39' 5 ⁴⁵ / ₆₄ "	12,032 m	44' 4"	13,556 m
	lebar	7' 8 ¹⁹ / ₃₂ "	2,352 m	7' 8 ¹⁹ / ₃₂ "	2,352 m	7' 8 ¹⁹ / ₃₂ "	2,352 m
	tinggi	7' 9 ⁵⁷ / ₆₄ "	2,385 m	7' 9 ⁵⁷ / ₆₄ "	2,385 m	8' 9 ¹⁵ / ₁₆ "	2,698 m
bukaan pintu	width	7' 8 ¹ / ₈ "	2,343 m	7' 8 ¹ / ₈ "	2,343 m	7' 8 ¹ / ₈ "	2,343 m
	tinggi	7' 5 ³ / ₄ "	2,280 m	7' 5 ³ / ₄ "	2,280 m	8' 5 ⁴⁹ / ₆₄ "	2,585 m
volume		1,169 ft ³	33,1 m ³	2,385 ft ³	67,5 m ³	3,040 ft ³	86,1 m ³
berat kotor		52.910 pon	24.000 kg	67.200 pon	30.480 kg	67.200 pon	30.480 kg
berat kosong		4.850 pon	2.200 kg	8.380 pon	3.800 kg	10.580 pon	4.800 kg
muatan bersih		48.060 pon	21.800 kg	58.820 pon	26.680 kg	56.620 pon	25.680 kg

sumber dari https://id.wikipedia.org/wiki/Peti_kemas

Ada ukuran standar untuk peti kemas, beragam ukuran peti kemas, dua di antaranya yang paling umum adalah peti kemas ukuran 20 dan 40 ft. Ft berarti *foot* atau *feet* (dalam bentuk jamak) atau sama dengan satuan kaki dalam bahasa Indonesia. Angka 20 adalah panjang kontainer. Detail masing-masing ukuran peti kemas serta berat dan daya angkutnya, antara lain:

Peti kemas ukuran 20 feet *dry freight*

- Dimensi luar: Panjang 20 kaki, lebar 8 kaki, tinggi 8,6 kaki = 6,058 x 2,438 x 2,591 m
- Dimensi dalam: 5,919 x 2,340 x 2,380 m
- Total kapasitas kubikasi: 33 cbm
- Total kapasitas angkut bersih: 22,1 ton

Peti kemas 40 ft *Dry Freight*

- Dimensi luar: panjang 40 kaki x lebar 8 kaki x tinggi 8,6 kaki = 12,192 x 2,438 x 2,591 m
- Dimensi dalam: 12,045 x 2,309 x 2,379 m
- Total kapasitas kubikasi: 67,3 cbm
- Total berat bersih: 27,396 ton

Peti kemas 40 ft high *cube dry*

- Dimensi luar: panjang 40 kaki x lebar 8 kaki x tinggi 9,6 = 12,192 x 2,438 x 2,926 m
- Dimensi dalam: 12,045 x 2,347 x 2,684 m
- Total kapasitas kubikasi: 76 cbm
- Total berat bersih: 29,6 ton

Pemuatan dan pembongkaran peti kemas kapal dihitung dengan satuan TEU yaitu *twenty feet equivalent unit*, yang artinya satu unit sama dengan 20 feet. Sehingga satu peti kemas dengan panjang 20 feet disebut 1 TEU, dan peti kemas dengan panjang 40 feet disebut 2 TEU.

Ukuran produk dan kemasannya

Ukuran dan kemasan produk yang akan diekspor harus diperhitungkan berdasarkan kemungkinan pengirimannya. Ukuran yang tidak standar akan menyulitkan proses pengiriman, selain kesulitan mencari kontainer mungkin juga akan mengakibatkan biaya yang mahal. Oleh sebab itu sebelum menentukan kemasan yang akan digunakan, maka yang harus diperhatikan beberapa hal berikut:

1. Sesuaikan Ukuran Produk dengan Kemasan

Yang utama adalah menyesuaikan ukuran produk dengan kemasan, diharapkan tidak terlalu besar atau terlalu kecil. Usahakan masih ada ruang kosong pada kemasan produk. Tujuannya adalah menghindari kerusakan pada kemasan akibat kepenuhan, bukan agar isi produk terlihat banyak dari aslinya. Biasanya perusahaan yang menjual kemasan mempunyai beberapa ukuran kemasan yang dapat dipilih dan digunakan.

2. Pilih Jenis Kemasan Sesuai Kebutuhan

Jenis kemasan antara lain kertas, transparan, plastik. Semua harus disesuaikan dengan kebutuhan. Oleh sebab itu, jika produk mengandung unsur cair maka gunakanlah kemasan dengan penutup rapat. Seperti misalnya produk minuman, harus menggunakan botol sebagai kemasan. Selain lebih praktis, penggunaan botol akan menambah nilai jual tersendiri.

3. Menentukan Material yang Tepat

Jika tidak ingin produk cepat berubah rasa atau basi, cobalah menggunakan kemasan dengan material yang tepat. Misalnya menggunakan kemasan yang kedap udara, untuk mencegah terjadinya perubahan rasa dan aroma pada produk. Berikut beberapa jenis kemasan yang umum digunakan:

- ***Standing Pouch***

Jenis kemasan ini banyak dipilih produsen untuk mengemas produknya, penggunaan kemasannya pada produk padat maupun cair. Produk padat contohnya biji kopi, bubuk kopi, kosmetik, dan makanan hewan peliharaan, untuk produk cair contohnya minyak goreng, sabun detergen, dan lain-lain. Hal ini sebab kemasan tersebut mempunyai kelebihan yang dapat menguntungkan produsen dan konsumen. Bagi konsumen keuntungan kemasan tersebut menjaga isi produk didalamnya

dengan baik sehingga mampu bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Sedangkan keuntungan produsen sebab konsumen cenderung mempunyai produk yang dikemas dengan aman dan higienis, sehingga keuntungan yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan.

- **Bottle**

Jenis kemasan ini banyak orang yang memakai, terutama yang memproduksi jenis minuman atau produk kecantikan lainnya. Umumnya jenis kemasan ini dipakai pada produk minuman contoh jus, jamu, hingga produk cair lainnya.

- **Box Makanan**

Pada pemakaian *box* atau kotak makanan yang dijadikan kemasan, gunakanlah sesuai jenis produknya. Dapat mencetak kemasan dengan desain sendiri, sehingga memiliki ciri khas tersendiri tentang produk yang akan ditawarkan.

- **Pouch Paper**

Pemakaian jenis kemasan umumnya untuk pembungkus teh, kopi, bahkan makanan kering lainnya. Bentuk kemasan yang minimalis dan dapat melindungi produk dari paparan sinar matahari secara langsung, sehingga kemungkinan kecil sebuah produk menjadi rusak.

- **Kemasan Tube**

Penggunaan jenis kemasan *tube* adalah untuk produk kecantikan, seperti lotion atau krim lainnya yang berhubungan dengan kecantikan.

4. Memperhatikan Fitur yang digunakan Kemasan

Fitur menjadi salah satu faktor kemasan yang dipilih tepat atau tidak. Kemasan ini mempunyai tiga fitur antara lain *vacuum*, *zipper* dan *valve*. Kemasan *vacuum* umum dipakai guna meningkatkan daya tahan atau lama kadaluarsa produk. Untuk kemasan *zipper*

digunakan karena mampu melindungi produk dari sinar matahari (Alumunium Foil) dan oksigen. Sedangkan *valve* adalah kemasan yang cocok bagi produk yang mengeluarkan gas, kemasan ini mampu mengeluarkan gas tersebut dari dalam kemasan, tetapi udara dari luar tidak dapat masuk ke dalam kemasan.

11.3 Melaksanakan pemuatan produk ekspor ke dalam peti kemas (*container*)

Proses pemuatan produk ke dalam peti kemas (*cargoring & stevedoring*) dengan tujuan ekspor tidak bisa dilakukan sendiri oleh produsen. Ada beberapa prosedur yang harus diikuti dan disaksikan pihak-pihak terkait. Berikut urutan proses pemuatan produk ke dalam peti kemas:

- Petugas operasi lapangan mempelajari dan menerima dokumen (CSL dan *profile* muat, *bayplan* muat) dari pengendalian, selanjutnya menyiapkan alat, dan personil, dan memberi informasi ke pengendalian.
- *Job list* dari pengendalian diterima operator RTG, dan sesuai urutannya peti kemas dikirim ke dermaga, dan melakukan *update* ke sistem.
- Operator QCC memuat barang ke kapal sesuai *bayplan* muat, yang dikoordinasikan dengan Solo. Solo melakukan *update* posisi peti kemas berdasarkan posisi aktual diatas kapal, dan pengendalian melakukan *monitoring*.
- Laporan hasil kegiatan dibuat *per-shift* dan *time sheet* per kapal berupa: *Vessel Occupation Ratio* (VOR), *Gross Berth Productivity* (GBP), dan *Quay Crane Rate* (QCR).
- Pengecekan data terhadap semua peti kemas ekspor di sistem komputer dilakukan perencanaan lapangan, berdasarkan permintaan khusus dari *shipping line*.

- Perencanaan kapal menyiapkan *bayplan* muat sesuai profil muat dari *shipping line*, berdasarkan kondisi peti kemas ekspor yang ditumpuk di lapangan apakah telah sesuai. Jika tidak sesuai, maka perencanaan kapal memberikan informasi ke S/L.
- Perencanaan kapal menyiapkan *bayplan* muat, selanjutnya *bayplan* muat tersebut diajukan untuk diverifikasi ke *shipping line chief officer*.
- *Bayplan* diverifikasi (ACC) oleh *Chief Officer*. Perencanaan Kapal merevisi *bayplan* muat dan membuat CWP untuk kegiatan muat, selanjutnya terminal membuat arsip *copy bayplan* muat tersebut, dan pengendalian operasi menerima dan mendistribusikan *copy bayplan* muat ke bagian terkait.
- Pembuatan laporan RBM.
- Pembuatan *invoice*.

Bersamaan dengan proses pemuatan dilakukan pemeriksaan terkait mutu dan berat produk. Setelah proses pemeriksaan selesai maka akan dibuatkan surat keterangan/sertifikat terkait hal tersebut yang nantinya digunakan sebagai dokumen ekspor. Pemeriksaan berdasarkan dokumen yang telah dilengkapi, antara lain:

1. Surat Keterangan Pemeriksaan (*Certificate Of Inspection*)

SKP adalah keterangan mengenai keadaan barang yang dimuat oleh juru pemeriksa barang, *independent surveyor*, atau badan resmi yang disahkan oleh pemerintah, yang dikenal oleh dunia perdagangan internasional. Memiliki fungsi sebagai jaminan atas jumlah dan mutu barang, keadaan barang, ukuran dan berat barang, pengepakan barang, dan banyaknya isi pengepakan. Berdasarkan pemeriksaan kualitatif dan analitis, maka laporan dibuat didasarkan pada pemeriksaan *sampling 2%* dari berat yang sebenarnya, dan merupakan dokumen yang disyaratkan L/C.

2. Sertifikat Mutu (*Certificate Of Quality*)

Sertifikat Mutu adalah keterangan yang dibuat sehubungan dengan hasil analisis barang-barang pada badan penelitian independen atau di laboratorium perusahaan yang terkait mutu barang yang diperdagangkan. Di Indonesia dalam hubungannya dengan hal tersebut maka berlaku peraturan yang mewajibkan standarisasi dan pengendalian mutu bagi barang-barang ekspor, yakni menerbitkan sertifikat mutu (*certificate of quality*). Eksportir wajib memiliki sertifikat ini untuk keperluan perdagangan, jika diminta oleh pembeli.

3. Sertifikat Mutu Dari Produsen (*Manufacture's Quality Certificate*)

Sertifikat Mutu ini adalah dokumen yang dibuat oleh pabrik pembuat barang yang diekspor, atau produsen, atau *supplier* yang menjelaskan mutu dari barang-barang, termasuk tentang baru atau tidaknya barang, dan pemenuhan standar barang yang ditetapkan. Pada dokumen ini juga menjelaskan keterangan tentang barang yang diproduksi oleh produsen dengan merek dagangnya (*trade mark*).

4. Keterangan Timbangan (*Weight Note*)

Keterangan Timbangan adalah catatan yang tentang perincian berat dari tiap-tiap kemasan barang sesuai pada *commercial invoice*. Keterangan berat atas dasar suatu L/C dari barang-barang yang dikapalkan, harus sesuai yang tercantum pada dokumen-dokumen pengapalan. Disamping untuk mengetahui berat barang, dokumen ini dibutuhkan dalam persiapan alat-alat pengangkutan barang ketika pemeriksaan barang.

Memeriksa kondisi fisik peti kemas

Berikut langkah-langkah dalam pemeriksaan fisik peti kemas:

- Importir/Kuasanya mengajukan dokumen PIB kepada Staf PKC dan *mentransfer* data PIB ke dalam Sistem Komputer Pelayanan (SKP).
- SKP menerima *transfer* data PIB dan menerbitkan Surat Pemberitahuan Jalur Merah (SPJM).
- Staf PKC menerima PIB dari importir/kuasanya untuk digabungkan dengan SPJM dari SKP. Kemudian Staf PKC menerbitkan tanda terima *hardcopy* dokumen dan diserahkan kepada importir/kuasanya.
- Importir/kuasanya menerima tanda terima *hardcopy* dokumen dan melaporkan kesiapan barang impor yang akan diperiksa.
- Staf PKC menyetujui pemberitahuan kesiapan barang pada SKP.
- SKP menunjuk pejabat pemeriksa barang dan menerbitkan Instruksi Pemeriksaan, dan:
 - a. Menentukan tingkat pemeriksaan berdasarkan profil importir dan komoditi barang impor
 - b. Menentukan nomor kontainer yang wajib diperiksa oleh pemeriksa barang
- Kepala Seksi PKC menerima serta menyerahkan IP dan meminta pengajuan contoh dan/atau foto barang (jika diperlukan) dan fotokopi *packing list* kepada pejabat pemeriksa barang serta menentukan nomor kemasan yang akan diperiksa atau meminta pemeriksa barang menitikberatkan pemeriksaan pada hal-hal tertentu pada IP.
- Staf PKC menerima IP dan *packing list* dari Kepala Seksi PKC dan menyerahkannya kepada pejabat pemeriksa barang.
- Pejabat pemeriksa barang menerima IP dan *packing list* serta melakukan penelitian terkait jumlah, jenis dan uraian kemasan pada *packing list*

- a. Mencocokkan nomor, ukuran, jumlah dan jenis peti kemas dengan IP. Apabila tidak sesuai, membuat laporan kepada Staf PKC untuk diteruskan kepada Kepala Seksi PKC dan dibuatkan Nota Dina kepada Seksi P2.
- b. Memeriksa keutuhan segel petikemas, dan melakukan pemotretan terhadap segel tersebut (sebagai bukti). Apabila tidak sesuai, membuat laporan kepada Staf PKC untuk diteruskan kepada Kepala Seksi PKC dan dibuatkan Nota Dina kepada Seksi P2.
- c. Mengawasi pengeluaran (*stripping*) barang dari seluruh petikemas yang telah ditunjuk di IP.
- d. Menghitung jumlah kemasan, memeriksa jenis kemasan barang impor yang telah di *stripping*, serta mencocokkan dengan *packing list* dan melakukan pemotretan terhadap barang yang diperiksa.
- e. Memeriksa jumlah satuan barang dari setiap jenis barang yang diperiksa.
- f. Memeriksa jenis barang, merek, tipe, ukuran, data teknis atau spesifikasi, dan kondisi barang yang diperiksa.
- g. Membubuhkan tanda tangan pada contoh barang dan/atau foto barang (jika ada).
- h. Membubuhkan paraf pada kemasan yang telah dilakukan pemeriksaan fisik.
- i. Mengawasi pemasukan (*stuffing*) barang yang telah diperiksa ke dalam peti kemas.
- j. Mencocokkan jumlah dan jenis barang yang diperiksa dengan *packing list*.
- k. Membuat Berita Acara Pemeriksaan Fisik barang dan menyerahkan kepada importir/PPJK untuk ditandatangani.

-
- Importir/PPJK menerima, menandatangani dan mengembalikan BA Pemeriksaan Fisik kepada pejabat pemeriksa barang.
 - Pejabat Pemeriksa Barang melakukan:
 - a. Menerima kembali BA Pemeriksaan Fisik, membuat kesimpulan hasil pemeriksaan dan menuangkan dalam Laporan Hasil Pemeriksaan (LHP) sesuai Lampiran IV.10 Perdirjen BC nomor P-08/BC/2009 serta menandatangani LHP.
 - b. Merekam Laporan Hasil Pemeriksaan (LHP) dan mengunggah foto barang ke dalam SKP.
 - c. Menyerahkan Berita Acara Pemeriksaan Fisik, LHP, packing list, Foto dan/atau Barang Contoh kepada Staf PKC.
 - Staf PKC menerima BA Pemeriksaan Fisik, LHP, *packing list*, foto dan/atau barang contoh dari pejabat pemeriksa barang dan menyerahkannya kepada Seksi PKC.
 - Kepala Seksi PKC menerima BA Pemeriksaan Fisik, LHP, *packing list*, foto dan/atau barang contoh dari Staf PKC.

BAB XII

PENGANGKUTAN PRODUK EKSPOR

12.1 Menyiapkan pelaksanaan pengangkutan produk ekspor

Salah satu tugas dari eksportir ialah pengurusan pengapalan barang. Karena pada intinya tujuan setiap usaha bisnis adalah untuk mencari laba, yang hanya akan didapatkan jika ada pembeli yang bersedia membeli komoditi yang ditawarkan. Seorang pengusaha dianggap sukses jika pengusaha tersebut memperoleh kepercayaan dari pembeli terhadap komoditi yang akan dijualnya.

Agar memperoleh kepercayaan dari pembeli maka hendaknya barang dari eksportir yang dikirim dalam kondisi baik, sesuai dengan harapan pembeli. Artinya komoditi itu mempunyai kualitas dan mutu sesuai dengan yang ditawarkan. Komoditi siap pakai yang tidak rusak saat dikirim dan sesuai dengan peraturan dan hukum yang telah ditetapkan.

Tugas eksportir salah satunya ialah membenahan barang-barang yang akan dikapalkan sehingga ketika tiba waktu pengapalan, barang tersebut siap untuk di ekspor. Berikut ini adalah membenahan yang harus dilakukan eksportir:

1. Pembenahan Administratif

Barang tersebut dilengkapi dengan dokumen-dokumen yang diwajibkan, antara lain:

- a. Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB) yang disahkan oleh Bank devisa dan Bea cukai.
- b. Surat Keterangan Negara Asal (SKA) yang disahkan oleh Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan.
- c. *Inspection Certificate* yang dikeluarkan oleh *surveyor* yang telah ditunjuk.
- d. Dan dokumen lain yang diminta oleh pembeli.

2. Pembenahan Fisik

Yaitu kelengkapan barang-barang dengan:

- a. Pengepakan (*packing*) yang termasuk layak laut (*seaworthy packing*).
- b. Logo yang jelas (*trademark*).
- c. Petunjuk pemasangan atau penggunaan barang (*Instruction manual*).

Apabila barang-barang telah siap diekspor, maka berikutnya adalah penyerahan barang-barang itu kepada pengangkut. Tanggung jawab pengangkut ialah menyerahkan dan mengangkut barang kepada pembeli berdasarkan kontrak angkutan yang telah disepakati antara *shipper*/eksportir dengan perusahaan pelayaran.

12.1.1 Menyampaikan *shipping instruction* kepada perusahaan sarana pengangkutan produk ekspor

Shipping instruction adalah dokumen yang berisi pemberitahuan pengiriman dari agen/pengiriman untuk *airlines*, dokumen ini menyertai sebuah transaksi pengiriman. Agen/pengirim harus menyerahkan *shipping instruction* kepada pihak *airlines*.

Shipping instruction memiliki fungsi sebagai tanda bukti pengirim/agen telah melakukan reservasi dan konfirmasi tentang jumlah dan jenis barang kepada pihak *airlines* secara rinci, apabila ada yang tidak sesuai/salah maka pihak *airlines* berhak mengajukan keberatan kepada pengirim/agen tersebut. *Shipping instruction* berisi: (REF:TACT RULE section 2.2.1B) paling tidak terdiri dari 16 item (tidak termasuk nomor AWB):

1. *Shipper* Pengirim (nama, alamat lengkap termasuk kota, negara, nomor *telephone*)
2. *Consignee* Penerima (data sama dengan *shipper*)

3. *Airport of departure* (nama bandara asal keberangkatan)
4. *Airport of destination* (nama bandara tujuan)
5. *Requested Routing /Requesting booking*
6. *Marks and Numbers* (tanda dan jumlah kemasan)
7. *Number and kind of packages* (jumlah total kemasan dan tipe kemasan)
8. *Description of goods* (gambaran untuk barang)
9. *Gross Weight* (berat kotor)
10. *Measurement* (ukuran panjang x lebar x tinggi barang)
11. *Air freight charges /other charges at origin*
12. *Declared value for Carriage*
13. *Declared value for Customs*
14. *Insurance amount requested*
15. *Handing information and remarks*
16. *Date/Signature*

Surat pernyataan oleh pengirim mengenai barang yang tidak jelas rinciannya. Khusus untuk kasus deskripsi barang kiriman tidak jelas, atau isi barang berupa bubuk obat-obatan, cairan bahan pewarna sintestis, obat-obatan tidak berbahaya, dan lain-lain. Maka pengirim harus membuat surat pernyataan/rincian tertulis secara jelas, contoh: ditulis nama teknis dari produk yang dikirim menyatakan bahwa barang tidak berbahaya, tidak mengandung risiko tinggi. Untuk kasus tersebut diatas maka instruksi DGR serta *form check-sheet* tidak perlu dilakukan sebab barang yang dikirim bukan kategori barang yang berbahaya.

12.1.2 Menerbitkan surat pengantar barang

Surat pemberitahuan pengiriman barang ialah surat perniagaan yang dibuat oleh penjual yang diperuntukkan bagi konsumen atau pembeli. Jenis surat ini digunakan untuk membalas pesanan yang

bentuknya surat formal ataupun semi formal yang telah dikirimkan oleh pembeli.

Surat pemberitahuan pengiriman barang ini cara kerjanya dengan mencantumkan pernyataan yang menjelaskan surat pesanan telah diterima oleh penjual, dan barang yang dipesan konsumen atau pembeli akan dikirimkan sesuai waktu yang telah ditentukan.

Surat pemberitahuan pengiriman barang ini memberi informasi pada pembeli tentang kapan barang pesanan pembeli akan dikirimkan ke jasa pengangkut barang. Jadi pembeli tidak perlu khawatir barang pesannya tidak sampai di tangan.

Surat pengiriman barang secara umum mempunyai berbagai fungsi yang sedikit berbeda dengan jenis surat perniagaan lainnya. Berikut berbagai fungsi dari surat pemberitahuan pengiriman barang, antara lain:

1. Surat pemberitahuan pengiriman barang dapat memberitahukan kepada konsumen atau pembeli bahwa barang yang dipesan tersedia/tidak.
2. Surat pemberitahuan pengiriman barang dapat meyakinkan konsumen bahwa barang pesannya telah disiapkan dan dilayani dengan baik oleh penyedia jasa pengiriman barang.
3. Surat pemberitahuan pengiriman barang berguna sebagai acuan untuk mengecek kebenaran barang yang telah dipesan oleh pelanggan.
4. Surat pemberitahuan pengiriman barang dapat digunakan sebagai alat atau media untuk menagih pembayaran kepada pembeli.

Surat pemberitahuan pengiriman barang ini berguna agar kegiatan perniagaan semakin lancar. Berikut adalah isi dari surat pemberitahuan pengiriman barang yang penting dan perlu diperhatikan pencantumannya:

1. Kop Surat

Pemakaian kop surat adalah penting sebab kop surat dapat menunjukkan identitas perusahaan.

2. Nomor Surat

Tujuan nomor surat adalah menunjukkan bahwa surat tersebut asli, dan benar-benar dikeluarkan oleh perusahaan.

3. Nama dan Alamat penerima

Pencantuman nama dan alamat penerima sangat penting untuk diperhatikan, karena dengan pencantuman nama dan alamat penerima yang benar maka dapat mengurangi risiko kekeliruan penerima surat.

4. Penggunaan perihal sangat penting untuk diperhatikan karena perihal digunakan untuk menunjukkan hal-hal yang dibahas dalam surat.

5. Rincian Pesanan dari Konsumen

Pencantuman rincian pesanan dari konsumen berguna untuk mengecek dan memastikan barang pesanan konsumen benar-benar sesuai.

6. Waktu Pengiriman Barang

Fungsi pencantuman waktu pengiriman barang adalah untuk memberi kepastian pada konsumen kapan barang yang dipesan akan dikirim, dan tiba di tempat konsumen.

Sesuai dengan pengertian dan pembahsan tentang surat pemberitahuan pengiriman barang diatas dapat diketahui bahwa surat ini memiliki fungsi yang sangat penting dalam dunia perniagaan atau perdagangan. Apalagi jika barang yang diperjualbelikan merupakan jenis barang yang memiliki harga mahal ataupun barang yang diperjualbelikan memiliki kuantitas yang besar.

Surat pemberitahuan pengiriman barang ini umum dipakai oleh perusahaan-perusahaan besar untuk berkomunikasi dengan *customernya* seperti perusahaan *supplier*, agen, dan lain-lain.

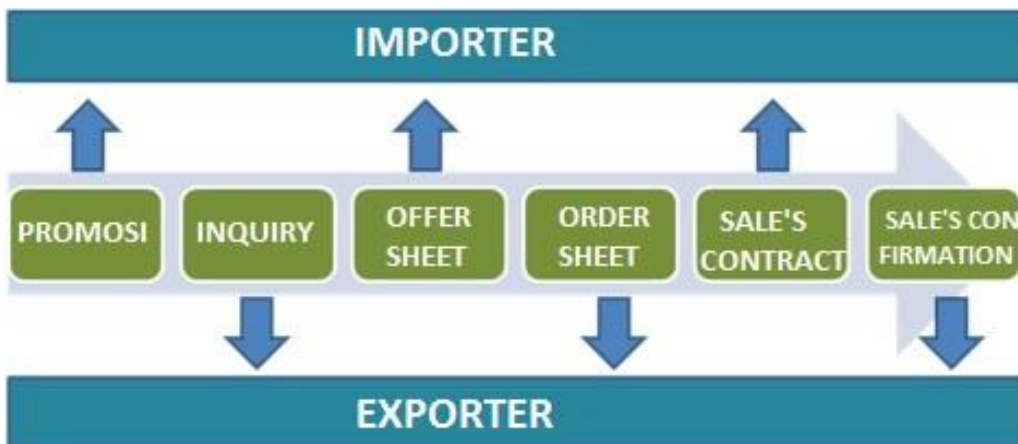
12.1.3 Mengkomunikasikan dokumen ekspor kepada pihak pembeli

Empat Tahapan Utama dalam Ekspor (Menggunakan L/C)

1. *Sales Contract Process*

Sales contract adalah dokumen yang berisi surat persetujuan antara pembeli dan penjual, sebagai *follow-up* dari *purchase order* yang diminta importir. Tentang syarat-syarat pembayaran barang yang akan dijual, contoh harga, jumlah, mutu, cara pengangkutan, pembayaran asuransi dan lain-lain. Pembeli menggunakan kontrak ini sebagai dasar untuk mengisi aplikasi pembukaan L/C kepada Bank.

Gambar 12.1
Skema *Sales Contract*



Sumber: http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/contents/93-empat-tahapan-utama-dalam-ekspor-menggunakan-l-c

a. Promosi

Kegiatan promosi barang ekspor atau komoditas melalui media contoh iklan di majalah, koran, media elektronik, pameran dagang atau melalui lembaga/badan contohnya Kamar Dagang dan Industri, Ditjen PEN, Atase perdagangan dan lain-lain.

b. *Inquiry*

Letter of inquiry adalah pengiriman surat permintaan suatu komoditas tertentu oleh importir kepada eksportir. Umumnya berisi deskripsi barang, harga, mutu, dan waktu pengiriman

c. *Offer Sheet*

Isi *Offer sheet* adalah keterangan sesuai permintaan importir tentang deskripsi barang, harga, mutu, dan waktu pengiriman. Eksportir menanggapi permintaan importir melalui *offer sheet*. Pada *offer sheet* ini umumnya ada penambahan ketentuan pembayaran dan pengiriman sampel/brosur.

d. *Order Sheet*

Setelah memperoleh dan mempelajari penawaran dari eksportir, importir menyetujui penawaran tersebut sehingga mengirimkan surat pesanan dalam bentuk *order sheet (purchase order)* kepada eksportir

e. *Sale's Contract*

Berdasarkan data *order sheet*, eksportir akan membuat surat kontrak jual beli (*sale's contract*) disertai dengan keterangan *force majeure clause* dan *inspection clause*. Eksportir menandatangani *sales contract* dan mengirimkan dua rangkap kepada importir.

f. *Sale's Confirmation*

Setelah *sales contract* dipelajari dan disetujui oleh importir, *sales contract* tersebut akan ditandatangani, selanjutnya dikembalikan

kepada eksportir sebagai *sales confirmation*. Importir akan menyimpan satu *copy* lain dari *sales contract* ini.

2. L/C Opening Process

Letter of credit merupakan jaminan dari bank penerbit kepada eksportir sesuai dengan instruksi dari importir untuk melaksanakan pembayaran dengan jumlah dan jangka waktu tertentu atas dasar penyerahan dokumen yang diminta oleh importir.

3. Cargo Shipment Process

Dokumen pengapalan merupakan bukti penting bagi eksportir yang telah mengirimkan barang yang dipesan importir sesuai dengan persyaratan yang terdapat pada L/C.

4. Shipping Document Negotiation Process

Bagi eksportir merupakan proses penguangan dokumen pengapalan dan bagi importir merupakan proses untuk *claim* barang yang telah dibayar.

12.2. Melaksanakan koordinasi pengangkutan produk ekspor

Shipper adalah pemilik barang (*cargo owner*) atau eksportir yang mengirimkan barang-barangnya kepada pembeli sehingga membutuhkan ruangan kapal, dengan cara menghubungi melalui telepon salah satu perusahaan pelayaran. Cara lain bisa juga dengan tertulis, atau lisan, atau dengan perantara petugas *canvasser* dari perusahaan pelayaran yang datang mencari muatan pada *shipper* dan calon-calon *shipper*. Umumnya pada perusahaan pelayaran, tentang pembukuan ruangan (*booking space*) ini diatur bagian operasi muatan keluar. Data muatan yang nantinya diberitahukan oleh *shipper* adalah:

1. Jenis dan jumlah muatan.
2. Pelabuhan tujuan yang diinginkan lengkap dengan pelabuhan alternatif (*option*).

3. Perkiraan tanggal pengapalan barang (*estimated time of departure*).
4. Keterangan lain yang dibutuhkan oleh perusahaan pelayaran, contoh volume dan berat muatan.

Berdasarkan informasi dari *shipper*, maka perusahaan pelayaran umumnya menginformasikan jadwal perjalanan kapal atau *sailing schedule* kepada *shipper* atau pemilik barang. Umumnya kedatangan kapal dapat dilihat melalui iklan di surat kabar. Kemudian pihak pelayaran menyampaikan konfirmasi tentang pembukuan muatan, caranya yaitu:

1. Memberitahukan nama kapal.
2. Tanggal terakhir menerima muatan (*closing date*).
3. Memastikan tanggal perkiraan pemberangkatan (ETD).
4. Menyerahkan blanko formulir resi mualim (*mate's receipt*) atau resi gudang (*dock's receipt*) untuk diisi oleh *shipper*.
5. Menyerahkan blanko formulir *bill of landing* untuk diisi oleh *shipper*.

12.2.1 Mengkoordinasikan penanganan pengangkutan terhadap produk ekspor selama dalam perjalanan dengan pihak terkait

Dalam hal transportasi, pada umumnya barang-barang digolongkan atas dua kelompok, antara lain:

1. Barang-barang niaga umum (*general cargo*).
2. Barang-barang berbahaya dan pecah belah (*dangerous and dusty cargo, fragile*).

Berdasarkan penggolongan barang di atas, maka pengiriman barang dari *shipper* (eksportir) kepada pengangkut (*carrier*) di pelabuhan muat dapat dilaksanakan melalui dua cara, antara lain:

1. Langsung di dermaga samping kapal (*alongside*).
2. Melalui gudang yang ditunjuk perusahaan pelayaran (*shed/godown*).

Barang-barang yang masuk dalam golongan *general cargo*, contoh: teh, karet, tekstil, terigu, dan hasil industri lainnya harus diserahkan melewati gudang. Sedangkan barang-barang yang masuk golongan *dangerous and dusty cargo & fragile*, contoh: semen, amunisi, bahan kimia yang mudah terbakar (*flammable*), dapat diserahkan di dermaga di samping kapal secara langsung.

12.2.2 Menangani penanganan untuk produk tertentu secara khusus selama dalam perjalanan

Peraturan Menteri Perdagangan No. 40 Tahun 2020 yang diterbitkan Kementerian Perdagangan tentang Ketentuan Penggunaan Angkutan Laut Nasional dan Asuransi Nasional untuk Ekspor dan Impor Barang Tertentu.

Permendag secara garis besar mengharuskan eksportir pengadaan barang jasa pemerintah, batubara dan CPO, dan importir beras untuk menggunakan angkutan laut dan asuransi nasional. Kewajiban dalam penggunaan angkutan laut nasional tersebut berlaku bagi kapasitas sampai dengan 15.000 *deadweight tonnage* (dwt). Kementerian Perdagangan berharap melalui penyempurnaan Permendag ini, peran serta angkutan laut nasional pada kegiatan ekspor impor akan meningkat, selanjutnya mendorong pertumbuhan industri galangan kapal nasional.

Menurut Mendag, aturan pemberlakuan secara efektif baru dilakukan pada asuransi nasional, sedangkan implementasi angkutan laut nasional akan dilakukan pada 1 Mei 2020. Diharapkan dengan kebijakan baru ini dapat meningkatkan pendapatan nasional dari sektor jasa melalui peningkatan peran angkutan laut dan asuransi nasional dalam kegiatan ekspor dan impor. Penetapan kebijakan ini masih membuka peluang bagi perusahaan asing, khususnya perusahaan angkutan laut asing, untuk berperan dalam kegiatan ekspor dan impor. Dengan masih dibukanya

peran perusahaan angkutan laut asing, maka diharapkan kegiatan ekspor dan impor barang-barang tersebut tetap dapat berjalan lancar.

Sebelumnya, ketentuan wajib penggunaan angkutan laut dan asuransi nasional telah diatur dalam Permendag No. 82 Tahun 2017 tentang Ketentuan Penggunaan Angkutan Laut dan Asuransi Nasional untuk Ekspor dan Impor Barang Tertentu sebagaimana telah diubah sesuai Permendag No. 80 Tahun 2018.

12.2.3 Mendokumentasikan pelaksanaan pengangkutan produk ekspor

Penyerahan barang disamping kapal dalam proses pengapalan barang antara lain:

1. *Shipper* yang telah mendapat konfirmasi dari perusahaan pelayaran tentang penyediaan ruangan di kapal, menginformasikan tanggal penyerahan barang yang akan dikirim pada bagian operasi perusahaan pelayaran.
2. Bagian operasi perusahaan pelayaran akan menyerahkan satu set blanko formulir resi mualim, dan satu set blanko formulir *shipped on board bill of lading*.
3. *Shipper* mengisi kedua formulir tersebut selengkapnyanya yang berisikan data.
4. *Shipper* mengisi formulir dan dikembalikan ke bagian operasi muatan keluar, agar mendapat konfirmasi waktu dan penetapan dermaga untuk menyerahkan barang di samping kapal.
5. Bagian operasi mengkonfirmasi dengan memberikan cap resi mualim yang telah diisi.
6. *Shipper* membawa barang ke sisi lambung kapal dilengkapi resi mualim yang telah distempel konfirmasi waktu penyerahan barang ke bagian operasi, apabila tanggal yang ditentukan untuk penyerahan barang tiba.

7. Penerima barang dari bagian terminal memeriksa barang yang diserahkan dengan cara mencocokkannya dengan data yang tercantum dalam formulir resi muallim.
8. Jika keterangan barang yang diserahkan tidak sesuai sepenuhnya dengan uraian yang terdapat dalam resi muallim, maka muallim memberikan catatan tentang keadaan itu pada resi muallim. Resi muallim yang diberi catatan ini disebut resi muallim kotor.
9. Setelah barang selesai dimuat ke atas kapal, maka muallim menandatangani resi muallim itu berikut catatan, dan mengembalikannya kepada *shipper*.
10. Resi muallim yang telah ditandatangani dibawa oleh shipper dan diserahkan ke bagian operasi perusahaan pelayaran, untuk ditukarkan dengan *original shipped in board bill of lading*.
11. *Bill of lading* ditandatangani oleh perusahaan pelayaran yang dibuat berdasarkan resi muallim dan diberi catatan-catatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Sutedi, (2014), *Hukum Ekspor Impor*, Raih Asa Sukses, Penebar Swadaya Grup, Jakarta.
- Alexander, Ernest R.(1986), "*Aproaches to Planning: Introduction Current Planning Theories, Concept and Issues*", University of Wisconsin-Milwaukee Department of Urban Planning: Gordon and Breach Science Publishers.
- Assauri Sofyan, (1980), *Manajemen Produksi & Operasi*, LBFE UI, Jakarta.
- Bilson Simamora, (2003), *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Dyckman, Thomas R., Roland E. Dukes, Charles J. Davis, (2002), *Akuntansi Intermediate*, Edisi Kesepuluh, Jilid I, Terjemahan Emil Salim, Erlangga, Jakarta.
- Dominick Salvatore, (1997), *Ekonomi Internasional*, alih bahasa oleh Haris Munandar edisi 5 cetak 1, Erlangga, Jakarta.
- Fardiaz D, (1999), *Praktek Pengolahan Pangan yang Baik*, Didalam : Hardinsyah dan Rimbawan, editor, Pengendalian Mutu dan Keamanan Pangan, PAPTI, PERGIZI Pangan, PDGMI, Persagi, dan proyek CHN III komponen dikti, Jakarta.
- Firdaus, H. Rachmat dan Maya Ariyanti, (2011), *Manajemen Perkreditan Bank Umum*, Alfabeta, Bandung.
- Garrison dan Noreen, (2008), *Akuntansi Manajerial*, penerjemah Budi Santoso, A. Totok, Buku 2, Salemba Empat, Jakarta.
- Garrison, H. Ray; Eric W. Noreen; dan Peter C. Brewer, (2006), *Akuntansi Manajerial*, Buku I edisi kesebelas, Penerbit: Salemba Empat, Jakarta.
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, (2000), *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hansen, Don R dan Maryanne M. Mowen, (2009), *Managerial Accounting: Akuntansi Manajerial*, edisi 8, Dialih Bahasakan Oleh Deny Arnos Kwary, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Johny Malisan, (2017), Service Level Analysis of Terminal Passenger on Balikpapan Port, *Jurnal Penelitian Transportasi Laut*, 19.
- Klimchuk, Marianne dan Sandra A. Krasovec, (2006), *Desain Kemasan*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller, (2009), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid satu, Erlangga, Jakarta.
- Leonidou, L., Katsikeas, C.(1996), The Export Development Process: An Integrative Review of Empirical Models, *Journal of International Business Studies*, 27, 517–551.
- Leonidou, (1996), Product standardization or adaptation: the Japanese approach. *Journal of Marketing Practice*, Bradford Vol. 2 (4).
- Mulyadi, (2005), *Akuntansi Biaya*, edisi ke-6, STIE YKPN, Yogyakarta.

- Otterheim, J. and M.Andersson, (2003), *Standardization versus adaptation pada industri pertamanan: case studies of Sweedish Companies*, Master Thesis in Lulea University of Technology.
- Prawirosentono Suyadi, (2001), *Manajemen Operasi, analisis dan studi kasus*, Edisi Ketiga, Bumi Aksara, Jakarta.
- Purwosutjipto, (1984), *Hukum Dagang Indonesia:Hukum Jual Beli Perusahaan*, Djambatan, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy, (2010), *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ritonga & Lukiyanto, (2019), *Kewirausahaan*, PT. Muara Karya, Surabaya.
- Simamora Henry, (2000), *Manajemen Pemasaran Internasional*, Salemba Empat, Jakarta.
- Siswanto Sutejo, (2009), *Manajemen Pemasaran*, PT. Damar Mulia Pustaka, Jakarta.
- Soekarto, (1990), *Dasar-dasar Pengawasan dan Standarisasi Mutu Pangan*, PAU Pangan Dan Gizi. IPB Press, Bogor.
- Sukirno Sadono, (1985), *Ekonomi Pembangunan*, LPEF-UI Bima Grafika, Jakarta.
- Supriyono, (1987), *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok Produk*, Edisi Kedua, BPFE Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- <https://kemenperin.go.id/statistik/>
- <http://www.beacukai.go.id/arsip/pab/ekspor.html>
- http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/
- <http://hsh.co.id/prosedur-dan-tata-cara-ekspor/>
- <https://cargo.id/fungsi-surat-pengiriman-barang>
- <https://supplychainindonesia.com/alur-logistik-peti-kemas-bagian-1-dari-2-tulisan/>
- <http://library.itl.ac.id/jurnal>
- <http://ppej.kemendag.go.id/produk-unggulan-indonesia/>
- <https://indonesia.go.id/layanan/kepabeanan/>
- <https://www.ukmindonesia.id/>
- <https://www.hukumonline.com/>
- <https://indonesianembassy.org.uk/consular/>

TENTANG PENULIS



Dr. Wier Ritonga, SE., MM., lahir di Sipagabu Tapanuli Selatan, Sumatera Utara, pada 3 Nopember 1963. Tahun 1987 penulis menyelesaikan studi strata 1 pada Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah, Jakarta. Kemudian melanjutkan studi strata 2 pada Program Studi Magister Manajemen, STIE IPWI, Jakarta, lulus pada tahun 1996. Tahun 2000 menyelesaikan jenjang pendidikan strata 3, pada Program Doktor *Business Administration, De La Sale University, Manila Philippines*. Dan pada tahun 2009 pada Program Doktor Bidang Ilmu Ekonomi di Universitas Borobudur, Jakarta.

Sejak 2017 hingga sekarang menjabat sebagai Direktur Utama Lembaga Sertifikasi Profesi Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan Nusantara. Selain itu mulai 2014 menjadi Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pengembangan Bisnis dan Manajemen (STIE PBM), dan sejak 2013 menjadi Komisaris PT. Zahara Namora Wisata bidang Travel dan Umroh. Di tahun 2008 menjadi Direktur PT. Indo Pest Biochem sebagai pemegang pendaftaran insektisida lingkungan dan insektisida pertanian.

Sejak 2008 menjadi Direktur Utama PT. Globalindo Barnama dalam bidang Pengendalian Hama Pest Control, Rodent Control dan Fumigation, serta Pendiri Yayasan Pengembangan Bisnis Mandiri, dalam bidang

pendidikan STIE Pengembangan Bisnis dan Manajemen. Tahun 1994 menjadi Direktur Utama PT. Fogerindo Barnama, dalam bidang Industri Fogging Mesin dan Distributor Insektisida Lingkungan. Selain itu juga menjadi Ketua Program Magister Manajemen S2 di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pengembangan Bisnis dan Manajemen (STIE PBM) di tahun 2010-2014, dan Direktur Utama PT. Ritrans Cargo bergerak dalam bidang jasa pengiriman barang di tahun 2000-2010.

TENTANG PENULIS



DR. Rita Zahara, SE., MM, lahir di Pulau Panggung Enim, 21 Nopember 1971, Palembang Sumatera Selatan. Anak kelima dari tujuh bersaudara dari Ayanda H. Taman Karim dan Ibu Hj.Maisaroh.

Pendidikan:

1. SD negeri I Pulau Panggung Enim, Muara Enim, Palembang
2. SMP Negeri I, Tanjung Enim, Muara Enim, Palembang
3. SMEA Negeri I Muara Enim, Palembang
4. Sarjana Ekonomi Universitas (SI) Muhammadiyah Jakarta
5. Magister Manajemen (S2) Universitas Borobudur Jakarta
6. Doktor Bidang Ilmu Ekonomi (S3) Universitas Persada Indonesia

Pekerjaan:

1. Komisaris PT. Fogerindo Barnama sejak tahun 1994 sd sekarang (bergerak dalam bidang Pertanian, kesehatan, pertambangan, perumahan dan perkantoran, yaitu Fogging dan Chemical)

2. Pendiri Yayasan Pengembangan Bisnis Mandiri tahun 1998 sd sekarang. Bergerak dalam bidang Pendidikan STIE Pengembangan Bisnis dan Manajemen
3. Sertifikat Pendidik sebagai dosen Profesional bidang Ilmu Manajemen di STIE Pengembangan Bisnis dan Manajemen
4. Perek dua di STIE PBM
5. Direktur Utama PT. Zahara Namora Wisata dan PT.Baitul Izza Zahara. Dalam bidang Umroh dan Haji, Tiket, Visa dan Tour Domestik dan internasional dari tahun 2012 sampa dengan sekarang
6. Direktur Utama Lembaga Diklat Profesi Pengembangan Wira usaha Indonesia
7. Ketua Pengarah di LSP Membiska
8. Tim Asesor dalam Skema Pendamping Kewirausahaan BNSP
9. Ketua Pembina bidang Pendidikah Yayasan Al Hidayah
10. Ketua Umum KMI Kartini Mandiri Indonesia
11. Ketua Kartini SAPUHI
12. Ketua DBO Kartini Indonesia